











# Produtos inovadores, com a qualidade da marca que você confia.

Prêmio Melhor Produto do Ano



ACQUA BELLA SEGMENTO FILTRO DE ÁGUA

SEGMENTOS TORNEIRA EM ABS E TORNEIRA DE PLÁSTICO LOREN ONE
C29
SEGMENTO METAL
SANITÁRIO

LOREN FIT SLIM
C31
SEGMENTO TORNEIRA

PARA COZINHA

0800 015 02 11 www.lorenzetti.com.br







#### DIRETORIA

lvete Nunes (ivete.nunes@revenda.com.br)
José Marcello N. V. de Andrade (marcello@revenda.com.br)
José Wilson N. V. de Andrade (wilson@revenda.com.br)

INTELIGÊNCIA DE MERCADO Newton Guimarães (newton.guimaraes@datamkt.com.br)

DIRETOR EDITORIAL
Roberto Ferreira (roberto@revenda.com.br)

DIRETORA COMERCIAL

Carla Passarelli (carla@revenda.com.br)

#### **GERENTES DE CONTAS**

Juliana Tagliapietra (juliana@revenda.com.br) Marli Moço (marli@revenda.com.br) Solange Castilho (solange@revenda.com.br)

ADMINISTRATIVO
Mislene Fernandes (mislene@revenda.com.br)

#### FINANCFIRO

Magda do Nascimento (magda@revenda.com.br)
Pedro Henrique da Silva Padula
(Pedro.padula@revenda.com.br)

TECNOLOGIA
Carlos Contucci (carlos@revenda.com.br)

DEPARTAMENTO JURÍDICO Dr. José Geraldo Louzã Prado

ASSINATURAS

Vera Lúcia M. Lopes (vera@revenda.com.br)

REDAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO E PUBLICIDADE Rua Geraldo Flausino Gomes, 78 - conj. 53 Brooklin - CEP 04575-060 - São Paulo - SP Tel./Fax (011) 5503-2033

REALIZAÇÃO:

### AIBUI DUPLA

estudioduplaideiadesign.com.br

EDITORA: Ana Sniesko REPÓRTER: Murilo Toretta ARTE: Camila Duarte REVISÃO: Ellen Barros FOTOS: Shutterstock

### Revenda

é uma publicação da Quinta Essência Editora, enviada mensalmente a executivos, proprietários, compradores, gerentes e encarregados das principais lojas de material de construção, material elétrico, material para pintura e atacadistas que trabalham com construção, responsáveis por 85% do volume de vendas do nosso setor. Opiniões e conceitosemitidos pelos colunistas e colaboradores não representam, necessariamente, os da revista. Todos os direitos são reservados. Registrada de acordo com a lei de imprensa. Marca Registrada no INIPI.



Impresso na Log & Print Gráfica e Logística S.A.



Parece que o cenário econômico nacional está melhorando. Pouco, mas está. Informações da Abramat, a Associação Brasileira dos Fabricantes de Material para a Construção, em sua sondagem mensal entre as indústrias de material de construção, indicam que 9% das empresas estão otimistas sobre as ações do governo para o setor da construção civil nos próximos 12 meses, índice igual ao registrado no mês de junho. Ou seja: se parou de piorar, começou a melhorar!

É melhor pensar desta maneira, já que, no início do ano, mesmo com os anúncios da equipe econômica do governo Temer que animaram o setor, não deram muito resultado.

Conversando com alguns executivos, foi possível sentir certo otimismo. Alguns segmentos, como o de fechaduras e cadeados, trabalham com crescimento de dois dígitos em relação ao ano passado. Podemos colocar nesta conta a procura por mais segurança dos consumidores, mas não é apenas isso. Os produtos estão cada vez mais tecnológicos e com

design, coisas que os brasileiros gostam muito. Fomos à Alemanha visitar algumas fábricas da Fischer, empresa que faz produtos para fixação. O que mais surpreendeu não foi ver as modernas instalações de padrão primeiro mundo, mas sim conhecer o Klaus Fischer, filho do fundador, um executivo que investe nas pessoas e na educação básica. Ou seja, ainda temos muito que aprender. Pela primeira vez, a revista Revenda realizou uma ação diferenciada na Feira Construsul. Mostramos como é uma loja-conceito, para que os visitantes, especialmente os revendedores de material de construção do Sul, pudessem ter uma ideia real de como ter uma loja de produtos moderna, clean e vendedora.

Neste mês estamos publicando (a partir da página 24) a relação dos produtos que vão concorrer ao Melhor Produto do Ano, cuja premiação será realizada no dia 22 de novembro.

Boa leitura Roberto Ferreira

### **ERRATA**

Na página 95 da edição 321 foi publicada incorretamente a foto das novas fitas cantoneiras da Placo, mas o texto se referia à Placa Lev. Na página 80 da edição 323, o cargo correto de Adriano Andrade é gerente de Desenvolvimento de Mercado da Mexichem Brasil.



# Revenda

EDIÇÃO 324 | SETEMBRO 2017 | ANO XXIX

10

### **ENTREVISTA**

Wenzel Rego, diretor Comercial e de Marketing da Fortlev

**22** 

### MELHOR PRODUTO DO ANO

Confira a relação dos produtos que concorrerão ao prêmio

40

#### EP

O setor de Equipamentos de Proteção Individual prepara novidades

**50** 

### **FECHADURAS**

Design e funcionalidade alinhados nos lançamentos do segmento

**62** 

### **DESPECIAL FISCHER**

Conheça os processos de fabricação das buchas de fixação

74

### **COLAS E SILICONES**

Indispensáveis, os materiais se destacam pela alta performance

90

#### **ECO ROCA**

Grupo Roca apresenta projeto implementado em suas 77 fábricas

100

### CONSTRUSUL

Para os organizadores, o resultado da 20 $^{\rm a}$  edição foi surpreendente







A Torneira de Boia Fortlev é um lançamento da nossa linha de acessórios de caixa d'água. Mais um produto com a tradição de uma marca que você já conhece e a qualidade que cada residência precisa.

Deus é Fiel



QUEM PROCURA O MÁXIMO DE TECNOLOGIA E INOVAÇÃO ESCOLHE HYDRA.



A qualidade Hydra que você já conhece, está presente também em duchas. Uma linha completa, com máxima tecnologia, inovação e qualidade, para proporcionar o máximo de conforto e bem-estar aos seus clientes.

# hydra

#### POLO HYBRID

COMPATÍVEL COM QUALQUER SISTEMA DE AQUECIMENTO. (Boiler, gas e Solar).

### FIT BLINDADA

DUCHA BLINDADA,
NÃO QUEIMA À RESISTÊNCIA
QUALIDADE E SEGURANÇA
NO SEU BANHO.

hydra Fri Blindede

OPTIMA MUSIC

PRIMEIRO CHUVEIRO QUE TOCA MUSICA. Por Roberto Ferreira / Fotos: Divulgação



enzel Rego é natural de Pernambuco, 48 anos, casado e tem dois filhos. Graduado em Engenharia Elétrica pela Universidade de Pernambuco, pós-graduação em Marketing e MBA em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas, tem mais de 24 anos de experiência nas áreas de Marketing e Vendas, com passagens por vários estados do Brasil e recentemente em São Paulo, em empresas nacionais e multinacionais do segmento de materiais de construção. Há um ano está à frente da diretoria Comercial e de Marketing da Fortlev. Registrada em 1989, a Fortlev é hoje líder no mercado nacional de reservatórios. Seu mix de produtos engloba caixas d'água, cisternas, tanques, estações de tratamento de esgoto, além de tubos e conexões de PVC. Desde sua criação, no Espírito Santo, vem acumulando significativas expansões em todo o Brasil, com ampliação de suas fábricas nos estados da Bahia, Santa Catarina, São Paulo e inauguração de uma unidade em Pernambuco. A empresa realiza investimentos constantes voltados para modernização de suas plantas industriais, bem como vem apostando no modelo de relacionamento contínuo com os lojistas, por meio de mais de uma vasta e dedicada equipe comercial espalhada no país. Atualmente, a empresa, que conta com mais de 1.500 funcionários, acumula dezenas de prêmios e crescente desempenho em vendas.

Revenda - A Fortlev começou fabricando apenas caixas d'água, mas está atuando também em outros segmentos. Como foi essa ampliação? E qual o motivo de também fabricar outros produtos?

A ampliação das linhas de produtos aconteceu a partir das demandas do mercado, ao observarmos a necessidade de atender de forma ainda mais completa o consumidor. E, além de oferecermos todas as soluções em reservatórios, também investimos nas linhas de Água Fria e Esgoto, composta de Tubos e Conexões e Eletricidade. Além disso, sempre mantivemos o pioneirismo da marca em oferecer soluções práticas, úteis e econômicas para o mercado, com investimento em inovação, equipamentos e tecnologia.

### Como a Fortlev trata o tema da sustentabilidade?

A sustentabilidade é um tema muito importante para Fortlev e está inserido nos valores da empresa. Vamos carregar sempre conosco a bandeira da importância da água, já que, para nós, água é tudo. Em nosso portfólio, há produtos para o tratamento dos efluentes domésticos, como o biodigestor, e para armazenamento e aproveitamento da água da chuva (Tanque Slim), mas esse é apenas o primeiro passo. Novas propostas e produtos com foco sustentável, já estão nos planos da companhia e, em breve, teremos novidades.

### Qual a importância da empresa na região/Estado em termos de crescimento?

A nossa atuação no Espírito Santo, Bahia, Pernambuco, São Paulo e Santa Catarina gera emprego e renda para milhares de pessoas, além dos resultados obtidos também indiretamente no mercado da construção civil e outras áreas. Sabemos da importância da presença das fábricas nessas regiões e procuramos acompanhar como a nossa presença pode alavancar o crescimento local e nacional.

### Como fidelizar os clientes nas diversas regiões que atende?

A fidelização do cliente passa por

"A missão e os valores da empresa estão alinhados com os meus, além da forte visão e foco no mercado e no cliente. Isso, sem dúvida, contribuiu para minha vinda."

### WENZEL REGO, diretor Comercial e de Marketing da Fortlev

um conjunto de experiências e serviços que envolvem essencialmente a qualidade dos produtos oferecidos através de uma política comercial adequada, que possibilite uma boa rentabilidade ao revendedor. Deve contar com um bom atendimento do representante, sempre disponível e atento às necessidades do revendedor e sua equipe. A capacitação da equipe de vendas, a disponibilização de materiais de exposição e comunicação e a realização de ações promocionais também contribuem com uma relação de parceria constante. Acreditamos também que nossa logística é um diferencial no atendimento aos nossos parceiros, prestando um nível de serviço cada vez melhor.

### Quais os diferenciais que pode destacar de sua gestão à frente da empresa?

Fui convidado para fazer parte da equipe Fortlev com a meta de contribuir para dar mais dinamismo à área comercial, por meio do fortalecimento das parcerias, com destaque para os pontos de venda (PDVs). Isso já vem acontecendo neste primeiro ano de gestão, principalmente na área recém-criada na companhia: o Trade Marketing. A missão e os valores da empresa estão alinhados com os meus, além da forte visão e foco no mercado e no cliente. Isso, sem dúvida, contribuiu



para minha vinda. Entre os desafios está o de continuar a desenvolver uma equipe de alta performance focada no mercado, na manutenção dos investimentos, na criação de soluções inovadoras para o armazenamento de água, uma das marcas do sucesso da empresa, mas também na ampliação das linhas de eletricidade, água fria e esgoto, que receberão em breve mais 46 novos itens.

### Trabalhar com produtos desses segmentos é desafiador?

É um mercado bastante competitivo e dinâmico com demandas específicas. É preciso estar atento às oportunidades, utilizando nossos potenciais para captá-las ao nosso favor.

### Como é a parceria da Fortlev com os revendedores? Há treinamentos? Eventos? Parcerias?

O relacionamento com revendedores permite a exposição dos produtos e contribui para a escolha do consumidor final, que gosta de ver o produto de perto. E isso aliado a uma comunicação informativa capaz de transferir tudo aquilo que ele espera e busca, torna a venda mais eficaz, além de possibilitar um resultado rápido para o lojista, que poderá contar com um canal de comunicação direto e efetivo. Como é preciso chamar a atenção do cliente para aquilo que realmente interessa, criatividade e objetividade são fundamentais para a apresentação dos produtos nos pontos de ven"Neste ano, nossa missão é fortalecer o marketing com as atividades desenvolvidas pelo Trade, área criada no final de 2016, em paralelo com as ações das áreas Comercial e Marketing. Atualmente, cerca de 70% das decisões de compra acontecem no ponto de venda. Para este ano, a área tem como papel conhecer, melhorar e ampliar a experiência de compra doconsumidor."

#### WENZEL REGO, diretor Comercial e de Marketing da Fortley

da. Por isso, a Fortlev investe na boa apresentação e também no conteúdo das mensagens, com soluções para as reais necessidades dos consumidores. Mantém ainda nos PDVs expositores feitos especialmente para o lojista utilizar no interior ou exterior dos seus estabelecimentos, bem como uma equipe de supervisores e promotores que disponibilizam materiais de apoio, como móbiles, adesivos e outros materiais promocionais.

# Qual foi o período de maior crescimento/faturamento na história da empresa? Você acredita que isso voltará aos mesmos níveis?

A companhia teve seu maior crescimento nos últimos seis anos, tanto em reservatórios quanto com a contribuição significativa no mercado de tubos e conexões. Com o lançamento de novos produtos, o novo desenho da estrutura Comercial e de Marketing, o investimento em novas fábricas e de estarmos ainda mais próximos ao mercado, acreditamos no crescimento contínuo, apesar do atual cenário da economia.





# Auxiliar de Partida Portátil





### Como a empresa realiza o treinamento dos revendedores?

Promovemos treinamentos constantes, através dos supervisores e promotores, para profissionais e balconistas, que estão na linha de frente das vendas. Materiais diversos, técnicos, explicativos e didáticos são instrumentos valiosos no momento da venda. Vídeos também são produzidos e estão disponíveis em nosso site (www.fortlev.com.br), mostrando, na prática, o uso dos produtos, a correta forma de instalação, as aplicações e os usos, entre outros detalhes.

### Quais as ações de marketing previstas para este ano?

Neste ano, nossa missão é fortalecer o marketing com as atividades desenvolvidas pelo Trade, área criada no final de 2016, em paralelo com as ações das áreas Comercial e Marketing. Atualmente, cerca de 70% das decisões de compra acontecem no ponto de venda. Para este ano, a área tem como papel conhecer, melhorar e ampliar a experiência de compra do consumidor dentro do ponto de venda e posicionar a marca e os produtos em destaque.

### Estão previstos investimentos em novas unidades fabris? Em quais regiões?

Estamos nos planejando para a abertura de mais quatro fábricas no decorrer deste e dos próximos anos em áreas estratégicas. Ainda este ano vamos inaugurar uma fábrica em Anápolis, Goiás. Recentemente implantamos, com muito sucesso, o sistema SAP, uma ferramenta líder no mercado e utilizada pelas maiores empresas do mundo para gerenciamento de dados e informações.

### Como a empresa faz a logística para a distribuição dos produtos em todos os pontos do Brasil? O volume dos produtos fabricados ainda é um desafio para o transporte e seu armazenamento?

Temos uma logística desenhada para atender nosso modelo de negócio e mercado e estamos presentes em todo o território nacional. Temos sido bem avaliados neste quesito por parte dos clientes. Mas fazer uma boa logística no Brasil é um grande desafio.

### Observamos que a empresa também incentiva alguns esportes, como o evento Corrida da Água e o futebol. Estão previstos outros esportes? E como os revendedores da Fortlev recebem essas novas ações?

A Corrida da Água nasceu em 2015, no Espírito Santo, e vem se fortalecendo cada vez mais, já com a presença de corredores de elite do atletismo nacional e internacional. Também apoiamos a prática esportiva entre os nossos funcionários, que podem participar do grupo de corrida, além do patrocínio a jovens atletas da modalidade. Para os revendedores, as ações esportivas também contribuem para reforçar ainda mais a importância da marca e sua atuação também como incentivadora da prática de esportes.

# LIDERANÇA NÃO ACONTECE POR ACASO.

A maior e melhor linha de lâmpadas bulbo LED do mercado.



Ourolux. Líder em bulbo LED.



















Conheça a linha completa Tel.: (11) **2172.1000** Acesse: **www.ourolux.com.br** 











### ARTECOLA É REFERÊNCIA

A Artecola Química está entre os 22 casos de inovação selecionados entre mais de 200 inscritos para um livro sobre inovação, e foi destaque no 7º Congresso Brasileiro de Inovação da Indústria, realizado no Transamérica Expo Center, em São Paulo (SP). A empresa integrou a programação do maior evento de inovação da América Latina

com a apresentação do case "Artecola: adesivo em pó revoluciona o mercado calçadista". Eduardo Kunst, presidente executivo, representou a Artecola na atividade, que ocorreu no primeiro dia de programação. "O Congresso de Inovação da Indústria é um dos mais importantes fóruns do País para discutir, disseminar e incentivar a inovação. Estar nele é ter nossa vocação inovadora mais uma vez reconhecida e valorizada, reforçando nosso foco na inovação e no desenvolvimento de novas tecnologias", ressalta ele.

### PANORAMA DA **CLARIS TIGRE**

A Claris Tigre, fabricante de esquadrias, portas e janelas em PVC, lança a linha Panorama de portas de correr na cor branco. Com perfis mais compactos, a linha Panorama alia os benefícios do PVC



com um preço mais acessível, atendendo às exigências de obras de médio e alto padrão, além de redes de hotéis e construtoras. As janelas de correr são de duas, três, quatro ou seis folhas e se destacam pela praticidade e versatilidade, já que combinam com diferentes ambientes e podem ser utilizadas em obras residenciais e comerciais. Já as portas de correr são práticas e possuem um sistema abre e fecha com suavidade, que também permite maior controle e aproveitamento da abertura com excelente ventilação do ambiente. Também se diferenciam pela uniformidade dimensional, com esquadro perfeito. A garantia dos perfis é de 10 anos e a linha é 100% reciclável.

### DA **ASTRA**

Pensando em auxiliar o consumidor que possui pouco espaço, a Astra lança, no segundo semestre, o gabinete plástico com tanque, item compacto e com design moderno. É fabricado em plástico polipropileno, com aditivo UV e dispõe de um tanque com capacidade de 15 litros. Além de conter o tanque já embutido, o seu diferencial fica a cargo de suas divisórias internas, uma vez que a altura delas pode ser alterada de acordo com a necessidade do consumidor que, nesse caso, além de usufruir do tanque, terá ainda espaço não aparente para guardar seus itens e deixar o local organizado. O gabinete com tanque Astra mede 51×43×78 cm, é branco e será comercializado com sifão e válvula, ou seja, pronto para instalação; e sua porta é reversível (pode abrir para a esquerda ou direita), possibilitando a melhor adequação possível ao local. Por não possuir pés, pode ser instalado em qualquer altura.







### **DBLACK+DECKER**PARA MARCENEIROS

A Black+Decker amplia o seu portfólio com o lançamento da serra circular CS1004, ideal para trabalhos de marcenaria e carpintaria graças ao

tem o seu peso dividido de forma igual entre os dois lados do cabo, o que proporciona o balanço necessário para a operação. Além disso, conta com guardas superior e inferior de alumínio, disco de 18 dentes para madeira e cabo de 2 m.

seu motor de 1.400W. O modelo



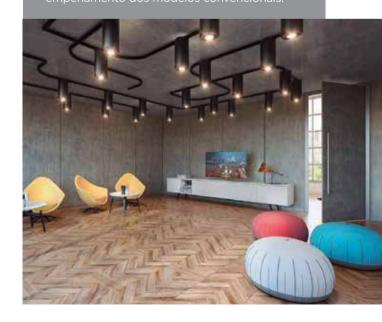
A Irwin lançou a geração de discos abrasivos MetalMax, ideais para trabalhos com os mais variados tipos de metais. Os produtos são desenvolvidos com tecnologia exclusiva, que concentra uma alta quantidade de diamantes na banda de corte e, assim, permite que um único disco realize mais de mil cortes em determinadas aplicações. Por ser diamantada, a banda de corte praticamente não se desgasta e mantém o diâmetro original do disco, fato que diminui a emissão de resíduos durante o uso. Além disso, a nova linha é produzida em aço de alta resistência, material responsável por reduzir o risco de quebra e garantir mais segurança ao usuário. "Elaboramos um produto de outro nível, totalmente alinhado aos objetivos expressados já no slogan da empresa. Graças a essa qualidade superior, um único disco MetalMax pode ser utilizado para cortar uma ampla gama de metais, como aço inoxidável, tubos estruturais, chapas metálicas, sólidos, vergalhões, peças fundidas, placas de aço e metais não ferrosos", afirma William Iha, gerente de Marketing da Irwin.



### DIVISÓRIA NOVITÁ DA **EUCATEX**

Pensando em trazer mais beleza e funcionalidade para os ambientes, a Eucatex apresenta a Divisória Novitá, que possui um sistema construtivo diferenciado, com painéis inteiros, conferindo um visual atrativo ao ambiente.

A linha Novitá apresenta chapas com 2,74 m de altura e duas opções de largura: 89 a sua altura, do chão ao teto. É apresentada Elmo Macciato e Nogueira Terra, além do Concreto, em alta na decoração. Os padrões da Novitá permitem inúmeras com a linha de painéis em MDF Eucatex, tendências do setor para confecção de móveis e para uso como revestimento decorativo. As medidas da Novitá só foram possíveis graças ao substrato desenvolvido pela Eucatex, o HPP BP, feito a partir de partículas garantem maior estabilidade dimensional, permitindo a confecção de uma chapa maior com a mesma garantia de resistência às variações de temperatura, umidade e empenamento dos modelos convencionais.



A KRONA ESTÁ MUDANDO VELHOS HÁBITOS DE COMPRAS. E DE VENDAS TAMBÉM.





### **FORTLEV** DOA CAIXAS D'ÁGUA

Comunidades carentes de cinco municípios da Bahia e um do Piauí foram beneficiadas com a doação de 64 caixas d'água, com capacidade de 500 litros cada, e 32 mil litros de água mineral divididos em foram doados pela Fortlev via Instituto Água Viva, braço social da companhia responsável pelo desenvolvimento e apoio A ação é uma prestação de contas da em março, quando se estabeleceu que a cada 1 km percorrido pelos corredores "Há alguns anos acompanhamos os pessoas que vivem sem água no Sertão tem a missão de resgatar e fortalecer os a todos que participaram da nossa Corrida, pois contribuíram para que essa doação galões de água aconteceram nos municípios Paratinga, Lapão e Miguel Calmon, todos na Bahia, e em Acauã, cidade do Piauí.



### LORENZETTI AMPLIA LINHA

A Lorenzetti, que atua no segmento de iluminação desde 2014, amplia a linha LorenLED com o modelo Bulbo. LORENZETTI O produto é eficiente, sustentável e ideal para substituir as lâmpadas incandescentes e eletrônicas. Trata-se de um modelo versátil, que permite a utilização em diversos ambientes, sejam comerciais ou residenciais, e está disponível nas potências 4,5 W, 6 W, 9 W e 10 W. Com acionamento instantâneo, a lâmpada pode ser ligada e desligada sem alterar a vida útil do produto. "Compacta, eficiente e sustentável, esses são alguns dos atributos que tornam a lâmpada LorenLED Bulbo a melhor opção para a iluminação dos mais variados ambientes, com alto potencial de iluminação e baixo consumo de energia", ressalta Alexandre Tambasco, gerente de Marketing da Lorenzetti.

PREVOLUCIONANDO COM A **DEWALT** 

Provocar uma verdadeira revolução no mercado de máquinas e equipamentos. Esta é a proposta da Dewalt, fabricante de ferramentas voltadas para o uso industrial, com o lançamento do XR FlexVolt, um novo sistema

de bateria que livra o operador da inconveniência do fio e garante a potência necessária para os trabalhos mais exigentes, mesmo sem a necessidade de fonte de alimentação, na qual se faz necessário o uso de máquinas pesadas. "O XR Flexvolt permite que, pela primeira vez, ferramentas com 54V e 60V de potência sejam utilizadas sem o fio, o que gera mais segurança e eficiência aos profissionais", explica Francisco Costa, gerente de produto da marca Dewalt no Brasil. "Estamos falando de desempenho, autonomia e produtividade nunca vistos antes aqui no País", acrescenta o profissional.





Organização, praticidade e conservação para as suas ferramentas de trabalho!

A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

# Foi dada a LARGADA!

Esta é a relação dos produtos que concorrerão ao prêmio **Melhor** 

### Produto do Ano. A

indicação foi das empresas que ficaram entre as cinco melhores no Top of Mind

ACESSÓRIOS PARA BANHEIRO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
DECA	ACESSÓRIOS FLEX
ASTRA	KBB1
DOCOL	ACESSÓRIOS TRIP
FABRIMAR	ACESSÓRIOS SQUADRA FABRIMAR
BLUKIT	SIFÃO TUBO EXTENSIVO UNIVERSAL

ACESSÓRIO PARA PINTURA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
PINCÉIS ATLAS	ROLO ANTIGOTA 321/10 ATLAS
TIGRE FERRAMENTAS PARA PINTURA	TRINCHA REF 773
CONDOR PINCÉIS	ROLO DE MICROFIBRA 20MM, PINTA MAIS EXTRA
PINCÉIS CASTOR	ROLO DE LÃ CLEAN CASTOR
COMPEL	ROLO PINTA TUDO, MICROFIBRA 23 CM

ARGAMASSA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
WEBER QUARTZOLIT	CIMENTCOLA INTERNO QUARTZOLIT
VOTORANTIM CIMENTOS	VOTOMASSA ACI CERÂMICA INTERNA
CERAMFIX	MULTI PORCELANATO INTERNO
PORTOKOLL	ARGAMASSA COLANTE 4 EM 1 PLUS
DIRECIONAL	ARGAMASSA COLANTE AC-I DIRECIONAL
PRECON	ARGAMASSA PRECON
ARGAFORTE	FORT PREMIER SUPER
ARGALIT	AC-II INTERIOR E EXTERIOR
COLA BEM	ARG AC III EXTERNA 20 KG

### ARMÁRIO E ESPELHO PARA PAREDE

EMPRESA	NOME DO PRODUTO
ASTRA	ESPELHO COM ARMÁRIO - TOPÁZIO
A. J. RORATO	ARMÁRIO VIENA SUSPENSO 2 GAVETAS + GAVETÃO (ESPELHEIRO COM 1 LÂMPADA LED)
HERC	ARMÁRIO PARA BANHEIRO
COZIMAX	ORQUÍDEA COZIMAX
EXPAMBOX	ARMÁRIO BONA DEA

### ARMÁRIO PARA BANHEIRO EM MDF, BP, FF, OSB

EMPRESA	NOME DO PRODUTO
A. J. RORATO	ARMÁRIO MÔNACO SUSPENSO 2 GAVETAS + GAVETÃO
MGM MÓVEIS	ARMÁRIO VIENA C/ESPELHEIRA
FABRIBAM	ECO SUSPENSO 60
GAAM	ONIX
COZIMAX	ORQUÍDEA COZIMAX
FIMAP	TOUCADOR DESTACK
ASTRA	GABINETE CHOPIN
BALCONY	RAVENA 80

ARMÁRIO PARA COZINHA EM MDF, BP, FF, OSB	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
A. J. RORATO	ARMÁRIO ACONCHEGO BEIJING
COZIMAX	GABINETE APOLO COZIMAX
MGM MÓVEIS	BALCÃO COZINHA ROMA
GABINETES IMIGRANTES	GABINETE MÁLAGA

ASSENTO SANITÁRIO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
ASTRA	TPK/AS
DECA	ASSENTO TERMOFIXO COM SLOW CLOSE E EASY CLEAN PARA BACIAS MONTE CARLO
GRUPO ROCA	ASSENTO TERMOFIXO DEBBA
TIGRE	ASSENTO SANITÁRIO SUAVIT
AMANCO	AMANCO SOFT CLOSE

BANHEIRA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
ASTRA	ACAPULCO
OURO FINO	GOLD LINE
MONDIALLE	BANHEIRA ROMA
JACUZZI	MYSIA
GRUPO ROCA	BANHEIRA VIRGINIA

BEBEDOURO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
IBBL	BDF IBBL
ELECTROLUX	BEBEDOR DE ÁGUA BRANCO BC21B - COM COMPRESSOR
COLORMAQ	BEBEDOURO REFRIGERADO COLORMAQ
ESMALTEC	GELÁGUA - MOD. EGM 30
GRUPO ROCA	BANHEIRA VIRGINIA

BETONEIRA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
IRMÃOS FISCHER	MOB 130 LITROS
CSM	CSM 1 TRAÇO SUPER 400 LITROS
MENEGOTTI	NÃO INDICOU
ALZA	ALZA M-400
HORBACH	BETONEIRA 400 LTS
MOTOMIL	MB-400P

BROCA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
IRWIN	BROCA PARA METAL EM AÇO RÁPIDO DIN 338
VONDER	BROCA DE AÇO RÁPIDO E PARA CONCRETO VONDER
BOSCH	NÃO INDICOU
DIAMANTE AZUL	BROCA MULTIFUNCIONAL
MAKITA	D-30318 (BROCA 6X100MM MULTIMATERIAIS)
BOMCORTE	BROCA DE VIDEA SDS PLUS 1

BUCHA PARA FIXAÇÃO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
FISCHER BRASIL	BUCHA SX
FIXTIL	BUCHA PARA FIXAÇÃO FIXTIL
VONDER	BUCHA PARA FIXAÇÃO VONDER
IV PLAST	BUCHA DE FIXAÇÃO IV PLAST
CISER	BUCHA FU NYLON – PARA PAREDES OCAS E MACIÇAS

CADEADO		
EMPRESA NOME DO PRODUTO		
PADO	CADEADO TRADICIONAL LATÃO	
PAPAIZ	CADEADO CR 30 LATÃO	
STAM	CADEADO ZAMAC LATONADO COM CHAVE STAM 20MM	
GOLD	CADEADO DE LATÃO GOLD YALE.	
SOPRANO	CADEADO S-20	

CAIXA D'ÁGUA DE FIBRA DE VIDRO		
EMPRESA NOME DO PRODUTO		
FORTLEV	CAIXA D'ÁGUA DE FIBRA DE VIDRO 25.000L FORTLEV	
BAKOF	CAIXA D'ÁGUA BAKOF TEC	
GLASSMAR	CAIXA GLASSMAR 10 MIL LITROS	

CAIXA D'ÁGUA DE POLIETILENO		
EMPRESA NOME DO PRODUTO		
FORTLEV	CAIXA D'ÁGUA DE	
FURILEV	POLIETILENO 1.000L FORTLEV	
TIGRE	CAIXA D'ÁGUA TIGRE	
BAKOF	CAIXA D'ÁGUA BAKOF TEC	
ACQUALIMP	CAIXA D'ÁGUA PROTEGIDA	
AMANCO	AMANCO RESERVATÓRIOS	

CAL HIDRATADA		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
VOTORANTIM CIMENTOS	CAL HIDRATADA ITAÚ	
HIDRACOR	SUPERCAL	

CARRINHO DE MÃO		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
TRAMONTINA	CAÇAMBA METÁLICA	
TRAMONTINA	EXTRA FORTE - CAPACIDADE 65 L	
METALOSA	CARRINHO DE MÃO METALFORTE	
IRMÃOS FISCHER	60 LITROS IRMÃOS FISCHER	
A A FIGURE O	CARRINHO DE MÃO	
MAESTRO	MAESTRO MASTER PRETO	

CHUVEIRO E TORNEIRA ELÉTRICA		
EMPRESA NOME DO PRODUTO		
LORENZETTI	DUCHA ADVANCED	
	E TORNEIRA LORENEASY	
FAME	NOVA KIBANHO E TORNEIRA	
	ELEGANCE	
HYDRA CORONA	CHUVEIRO FIT E TORNEIRA SLIM	
ZAGONEL	DUCHA ELETRÔNICA MASTER	
	BANHO E TORNEIRA PRIMA TOUCH	
	DUCHA ENERBRAS 3T - ENERDUCHA	
ENERBRAS	PLUS	

CIMENTO		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
VOTORANTIM	ITAÚ/POTY/	
CIMENTOS	TOCANTINS/VOTORAN	
CIMENTOS LIZ	CP IV-32 RS	
INTERCEMENT	CAUÊ/CIMPOR/GOIÁS/ZEBU	
NASSAU	CPIV NASSAU	
LAFARGEHOLCIM	CIMENTO MONTES CLAROS	
CIMENTOS	CIMENTOS CAMPEÃO	
CAMPEÃO		

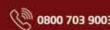
# INTERCEMENT

TRADIÇÃO, TECNOLOGIA E QUALIDADE.

Somos uma das maiores cimenteiras do mundo, com 40 fábricas em três continentes e com a mais completa linha de produtos para cada necessidade. Seja para grandes construções ou para uma pequena obra, a InterCement está com você, pois sabemos que nossos produtos ajudam a construir planos, sonhos e o futuro. E esse é nosso maior orgulho.













CISTERNA		
EMPRESA NOME DO PRODUTO		
FORTLEV	CISTERNA VERTICAL 5.000L FORTLEV	
ACQUALIMP	CISTERNA EQUIPADA PARA ÁGUA DE CHUVA	
BAKOF	CISTERNA BAKOF TEC	
AMANCO	AMANCO CISTERNA	

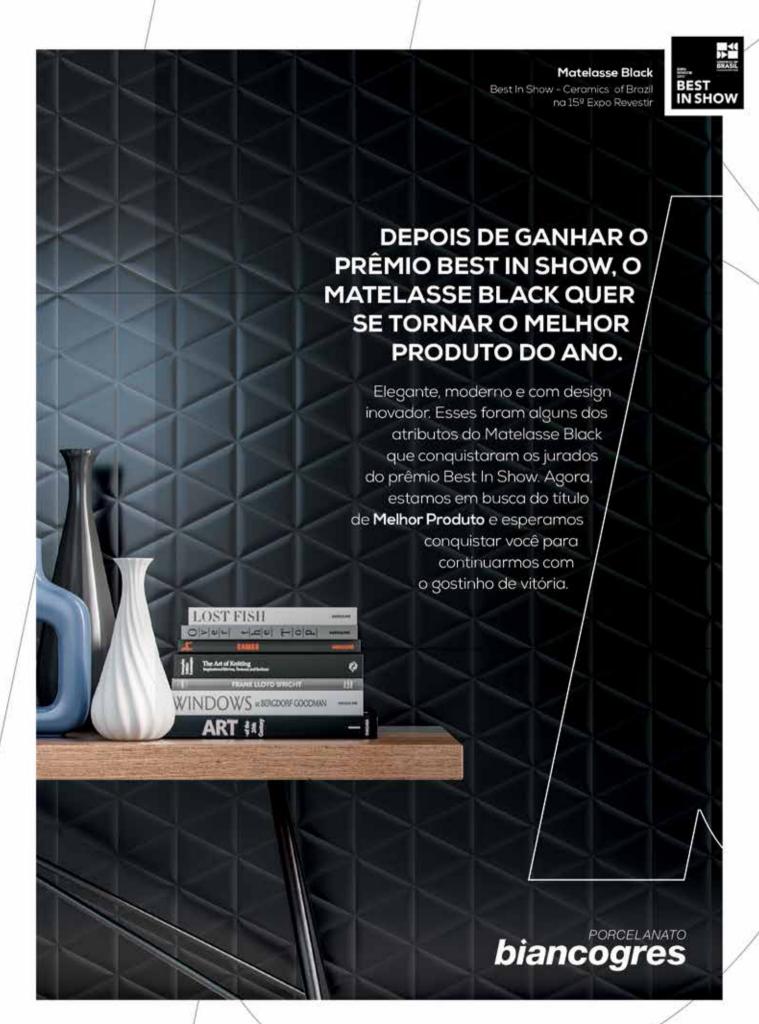
COLA		
EMPRESA NOME DO PRODUTO		
HENKEL	CASCOLA TRADICIONAL	
BRASCOLA	COLA TUBO BRASCOLA	
AMAZONAS	FIXA TUDO - CARTUCHO 400 GR / BISNAGA BLISTER 85 GR	
FORTFIX	SUPER COLA FORTFIX	
TEKBOND	COLA 793 20GR	
TIGRE	ADESIVO PLÁSTICO PARA PVC TIGRE	

CORTADOR MANUAL DE REVESTIMENTO CERÂMICO		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
CORTAG	CORTADOR DE CERÂMICA	
CURIAG	E PORCELANATO CORTAG	
IRWIN	CORTADOR DE PISO IRWIN SÉRIE 300	
FAMASTIL	CORTADOR DE PISOS E AJULEJOS FAMASTIL	
BOSCH	NÃO INDICOU	
VONDER	CORTADOR DE CERÂMICAS E AZULEJOS	
VONDER	VONDER	

CUPINICIDA		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
JIMO	JIMO CUPIM	
MONTANA QUÍMICA	PENTOX	
VEDACIT OTTO BAUMGART	PENETROL	
MACHADO	CUPINICIDA MACHADO	

DISCO DE CORTE		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
NORTON SAINT-GOBAIN	DISCO DE CORTE BNA12	
IRWIN	SERRA CIRCULAR 110MM/4 3/8" X 24T X 20MM	
BOSCH	NÃO INDICOU	
VONDER	DISCO DE CORTE 115MM X 1,0 MM BNV 02 VONDER	
MAKITA	B-49797-12 (DISCO DE CORTE 115X0.8MM EM ESTOJO COM 12 UNIDADES)	

DISCO DIAMANTADO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
NORTON SAINT-GOBAIN	DISCO DIAMANTADO PRO
VONDER	DISCO DE CORTE
	DIAMANTADO V3 VONDER
IRWIN	DISCO DIAMANTADO
	CONTÍNUO IRWIN
MAKITA	B-56976 (DISCO DIAMANTADO
	110MM MAXTURBO)
BOSCH	NÃO INDICOU



DISJUNTOR	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
DANEVA LORENZETTI	DISJUNTOR LORENZETTI
	DIN E/OU BOLT-ON
STECK	MINI DISJUNTOR STECK
SOPRANO	MINI DISJUNTOR SHB
FAME	LINHA DE DISJUNTORES FAME
SIEMENS	MINIDISJUNTOR MODELO 5SX1

EXTENSÃO ELÉTRICA/ FILTRO DE LINHA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
ILUMI	EXTENSÃO COMPACTA ILUMI
DANEVA LORENZETTI	EXTENSÃO ELÉTRICA DANEVA SORT
PERLEX - GRUPO PERLEX	CODIGO 9085 – EXTENSÃO ELETRICA TRIPLA 2P + T. – SERIE STYLOS
MARGIRIUS	FILTRO DE LINHA BIVOLT – MG3001

EQUIPAMENTO PARA PROTEÇÃO INDIVIDUAL	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
VONDER	ÓCULOS DE SEGURANÇA VONDER
3M	MÁSCARAS 3M
WORKER	LUVAS DE SEGURANÇA
PINCÉIS ATLAS	MÁSCARA PFF2 ATLAS
WURTH	LUVA TIGER FLEX
KALIPSO	LEOPARDO C.A 11.268
NORTON SAINT-GOBAIN	EPI MÁSCARA

FECHADURA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
STAM	FECHADURA STAM 803/03 EI
ALIANÇA METALÚRGICA	FECHADURA INOX PREMIUM
SOPRANO	FECHADURA POP LINE
PADO	FECHADURA PADO CONCEPT
AROUCA	FECHADURA VICTORIA

ESPUMA DE POLIURETANO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
MUNDIAL PRIME	ESPUMA DE POLIURETANO MUNDIAL PRIME
HENKEL	CASCOLA ESPUMA EXPANSIVA
VEDACIT OTTO BAUMGART	EXPANCIT
WEBER QUARTZOLIT	ESPUMA EXPANSIVA QUARTZOLIT
AMAZONAS	ESPUMA POLIURETANO - LATA SPRAY 470 GR C/500 ML

FERRAGENS	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
ALIANÇA METALÚRGICA	GANCHO DE REDE
METALÚRGICA ROCHA	DOBRADIÇA ZINCADA
VONDER	CADEADOS VONDER
FERRAGENS NEGRÃO	ACESSÓRIOS PARA CABO DE AÇO
LOTH	GANCHO PARA REDE

### ELUMA: OS MELHORES PRODUTOS, PARA OS MELHORES REVENDEDORES.

A Eluma vem sendo reconhecida pelo mercado - ano após ano - como uma marca Top Of Mind - Revenda Construção, por ter os melhores produtos nas categorias de tubos e conexões de cobre. E, além disso, aínda temos revendedores dedicados e competentes para, juntos, construirmos uma história duradoura, como o cobre. Obrigado e continuem elegendo os nossos produtos!

Eluma, concorrente ao prêmio Melhor Produto do Ano:

TUBO E CONEXÃO DE COBRE

ELUMA TUBO E22 | ELUMA COTOVELO E22

**ELUMA, A MARCA DO COBRE** 







(11) 2199-7604



FERRAMENTA ELÉTRICA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
BOSCH	NÃO INDICOU
MAKITA	CA5000XJ - FRESADORA ALUMINIO C/ MAKPAC TIPO 4-127V
STANLEY	PARAFUSADEIRA / FURADEIRA SEM
BLACK & DECKER	FIO BLACK & DECKER
SKIL	NÃO INDICOU
	G1951 (ANTIGO HG021) MARTELETE
GAMMA	ROTATIVO PERFURADOR/
	ROMPEDOR 1500W

FERRAMENTA MANUAL PARA CONSTRUÇÃO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
TRAMONTINA	MARTELO DE UNHA - 40200/023
PACETTA	COLHER DE PEDREIRO
VONDER	MARTELO UNHA
	CABO DE FIBRA VONDER
EAN/ACTI	MARTELO DE UNHA
FAMASTIL	SUPERECONÔMICO FAMASTIL
BELLOTA	MARTELO PROFISSIONAL
IRWIN	MARTELO UNHA 27MM GENERAL PRO

FERRAMENTA MANUAL PARA JARDIM E AGRICULTURA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
TRAMONTINA	APARADOR DE GRAMA ELÉTRICO AP1000T - 1.000 W - 79634/103
PACETTA	FORCADO IMPERIAL
FAMASTIL	VASSOURA PLASTICA PARA FOLHAS E GRAMA
BELLOTA	ENXADA DUAS CARAS
TRAPP	APARADOR MASTER AT 1.500

FILTRO	
NOME DO PRODUTO	
ACQUA BELLA	
LINHA COLORS ACQUA E05	
C+3 IBBL	
PURIFICADOR PURIFIC ECOLOGICO	
H2O PONTO DE ENTRADA DURÍN	

FIO E CABO ELÉTRICO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
SIL	CABO FLEXÍVEL ATOXSIL 0,6/1KV 90° C
CORFIO	CABO DE CONTROLE
COBRECOM	CABO SUPERATOX FLEX ANTICHAMA 450/750V
NAMBEI	CABO NAMBEINAX
	FLEX HEPR ATOX90°C 0,6/1 KV
LAMESA	CABO FLEXÍVEL
	LAMEFLAM FLEX 2,5 MM <sup>2</sup>

FITA ADESIVA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
3M	FITA DUPLA FACE USO DOMÉSTICO
ADERE	FITA CREPE PARA PINTURA IMOBILIÁRIA COD 427
ADELBRAS	MASK CREPE 710
NORTON SAINT-GOBAIN	FITA CREPE DE USO GERAL
DOBLE A	C903 - FITA CREPE USO GERAL

FORRO DE PVC	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
ARAFORROS	FORRO DECOR
POLIFORT	FORRO GEMINI 200MM
PLASBIL	200 X 7 GÊMINI FRISADO BRANCO
MAJESTIC	FORRO DE PVC MAJESTIC

IMPERMEABILIZANTE		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
VEDACIT OTTO BAUMGART	VEDACIT	
WEBER QUARTZOLIT	TECPLUS TOP QUARTZOLIT	
SIKA	SIKAFILL RAPIDO	
TECRYL	TECRYL-D3	
VIAPOL	VIAPLUS TOP 18KG	

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO A LASER	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
STARRETT	MEDIDOR DE DISTÂNCIA A LASER SÉRIE STARRETT KLMS-30
BOSCH	NÃO INDICOU
STANLEY	NIVELADOR LASER DW088K
MAKITA	SK103PZ NIVELADOR A LASER
IRWIN	NIVELADOR LASER DW088K

LÂMPADA DE LED		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
TASCHIBRA	LÂMPADAS TKLS	
OUROLUX	LAMPADA SUPERLED BULBO	
FLC	LAMP LED A55 4,5W BIV 6500K	
PHILIPS	LEDBULB 8W 6500K	
LÂMPADAS GOLDEN	ULTRALED A60 8W 6500K	

### LÂMPADA FLUORESCENTE (COMPACTA E TUBULAR) **EMPRESA** NOME DO PRODUTO LÂMPADA ELETRÔNICA OSRAM OSRAM / LEDVANCE DULUXSTAR 3U 15W 220V ECOHOME STICK 23W E PHILIPS FLUORESCENTE TUBULAR: T10 EXTRA LUZ DO DIA TASCHIBRA 3U E FULL SPIRAL FLC LAMP FLUOR 2U 15W AVANT CFLI 3U

LIXA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
NORTON SAINT-GOBAIN	LIXA MASSA A257
3M	LIXA MASSA
LIXAS TATU	DISCO FLAP
TIGRE FERRAMENTAS PARA PINTURA	LIXA MASSA – REFERÊNCIA 800
CARBORUNDUM	LIXA FERRO CAR41

LOUÇA SANITÁRIA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
DECA	CUBA L.830
GRUPO ROCA	LINHA DEBBA
ICASA	LINHA SABATINI
FIORI	PRÍMULA PLUS
INCEPA	BACIA COM CAIXA FIT

Peneiras de tecido metálico Peneiras
ARO VERDE
chapa expandida

# Na comparação, não há dúvida.

Peneiras de aro plástico com chapa expandida.

- Muito mais resistentes.
- Não deformam.
- Não possuem emendas.
- Não abrem as malhas.
- Não desfiam.
- · Alta qualidade e durabilidade.

Uma exclusividade da Telas MM.

Disponíveis no aro plástico 55 - Verde.



Tela Café/Sementes



Tela Feijão/Pedrisco



Tela Arroz/Areia



Tela Fubá/Cal

PRODUTO EXCLUSIVO TELAS MM

Adquira já, nos principais atacadistas e distribuidores do Brasil

Central de atendimento: (11) 4646.1818 www.telasmm.com.br



LUMINÁRIA		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
TASCHIBRA	SLIM, BRILHARE, LUMIFÁCIL E	
IASCHIBKA	MULTIUSO LED	
BLUMENAU	PAINEL LED	
ILUMINAÇÃO	BLUMENAU ILUMINAÇÃO.	
ILUMI	TARTARUGA	
ECP	LUMINÁRIA SLIM FLUOR 2X40	
	LUSTRE CLASSIC 8 LUZES E14	
BRONZEARTE	TRANSPARENTE, CÓDIGO Nº	
	GD721608LS	

MANGUEIRA PARA JARDIM	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
TRAMONTINA	MANGUEIRA FLEX PARA JARDIM 1/2", 25M, COM ENGATES RÁPIDOS E ESGUICHO - 79182/250
IBIRÁ	MANGUEIRA PARA JARDIM IBIRÁ
PLASBOHN	MANGUEIRA PARA JARDIM PLASBOHN
VIQUA	MANGUEIRA TOPFLEX

MANTA ASFÁLTICA		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
VEDACIT OTTO	VEDAMAX	
BAUMGART	VEDAIVIAX	
SIKA	SIKA MANTA	
WEBER QUARTZOLIT	TIPO III 4MM	
MADOI	MANTA ASFÁLTICA VIAPOL LAJE	
VIAPOL	GLASS 3MM	

MÁQUINA ELÉTRICA DE BANCADA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
BOSCH	NÃO INDICOU
GAMMA	G683 PLAINA DESENGROSSADEIRA 12 ffi" 1500 W
MAKITA	2012NB PLAINA DESENGROSSO C/ PARADA RAPIDA
CORTAG	CORTADOR ELÉTRICOS LINHA ZAPP

METAL SANITÁRIO		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
DECA	LINHA LINK	
LORENZETTI	LORENONE	
DOCOL	MISTURADOR DOCOLSTILLO	
FABRIMAR	LINHA GOA	
ICO METAIS	LINHA CS	

ÓLEO DESINGRIPANTE E ANTICORROSIVO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
WD-40	WD-40
MUNDIAL PRIME	DESENGRIPANTE MP1 LUB
WURTH	DESINGRIPANTE W-MAX -
	PROFISSIONAL

PARAFUSO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
CISER	FAST
JOMARCA	AUTO BROCANTE COM ARRUELA DE VEDAÇÃO
VONDER	PARAFUSOS VONDER
BELENUS	CONJUNTO TELHA
BEMFIXA	PARAFUSO BEMFIXA
NEW-FIX	PARAFUSO CHIPBOARD

### MELHOR PRODUTO DO ANO

PIA DE MATERIAL SINTÉTICO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
A I DODATO	PIA RORALIT MÁRMORE
A. J. RORATO	SINTÉTICO GRANITADA
DECORALITA	PIA DE MASSA COR BRANCA
	TAMANHO 1,20

PIA E CUBA DE INOX	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
TRAMONTINA	KIT MORGANA 60 FX - 93806/112
GHELPLUS	PIA INOX BALI 1,20 COM CUBA N4
FRANKE	PIA DE 1.20M BELLA COD. 14622 / CUBA INOX BRILHO NÚMERO 2 C/ VÁLVULA DE 3,5" CÓDIGO 09017
FABRINOX	PIA INOX FABRINOX

PINO ADAPTADOR DE TOMADA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
FAME	SÉRIE SOBREPOR
TRAMONTINA	PLUGUE MACHO 2P+T 10A 250V - 57403/003
ILUMI	PINO ADAPTADOR 1209 ILUMI
PERLEX - GRUPO PERLEX	CÓDIGO 345 ADAPTADOR 2P + T – 10 A
DANEVA LORENZETTI	PINO ADAPTADOR DANEVA 2P E/OU 2P+T
MEC-TRONIC	LINHA DE TOMADAS E INTERRUPTORES PETRA (MODULAR)

PORCELANATO		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
CERÂMICA ELIZABETH	CEMENTO CONCRETO 84X84	
PORTOBELLO	NORD	
BIANCOGRES	PORCELANATO BIANCOGRES MATELASSE BLACK 53X106	
ELIANE	MUNARI CIMENTO 90X90	
CERÂMICA DELTA	AVÓRIO - 60 POLIDO - 60X60 E 80X80.	

PORTA E JANELA DE AÇO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
	JANELA VENEZIANA DE CORRER GRADE
SASAZAKI	QUADRICULADA 100X 150 X 12 – 6
	FOLHAS, LINHA PRÁTIKA
MGM CORP	PORTA LAMINADA NAPOLES
GRAVIA	PORTA DE CORRER CENTRAL COM
	POSTIGO E GRADE ELO - LINHA ELITE
CRV	PORTA LAMINADA LINHA STANDARD - 84X215

PORTA E JANELA DE ALUMÍNIO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
	JANELA VENEZIANA DE CORRER SEM
SASAZAKI	GRADE 100X150X8,7 – 3 FOLHAS, LINHA
	ALUMIFORT (FOTO: JVCSG3F)
MGM CORP	JANELA SOFT 2 FOLHAS 100X120
CRV	VENEZIANA LINHA CLASSIC SEM
	GRADE 120X100 - ALUMINIO BRANCO
GRAVIA	PORTA PIVOTANTE LAMINADA COM
	FRISO 1100X2150 - LINHA EXATA

PORTA SANFONADA DE PVC	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
ARAFORROS	PORTA PRÁTICA
DUDA	PORTA SANFONADA DUDA
PLASBIL	PORTA SANFONADA DE
	80CM PLASBIL BRANCA
POLIFORT	PORTA SANFONADA 2,10X0,80M
	POLIFORT
PRECON	PORTA PRECON/HANNA
PERLEX -	CÓDIGO 8906, 07, 08, 09 – PORTA
GRUPO PERLEX	SANFONADA PERLEX - PREMIUM

PORTEIRO ELETRÔNICO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
HDL	PORTEIRO ELETRÔNICO F8S
INTELBRAS	IPR 8010
AMELCO	AMCD 100

PRATELEIRA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
PRAT-K	PRATELEIRA CONCEPT
ASTRA	PRATELEIRAS PLÁSTICAS
TRAMONTINA	PRATELEIRA EM MADEIRA MACIÇA COM PINTURA PU E BORDAS EM PVC - 91284/061
FICO	PRATELEIRA CASA FÁCIL

PREGO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
GERDAU	PREGO GERDAU
ARCELORMITTAL	PREGOS ARCELORMITTAL
VONDER	PREGO DE AÇO VONDER
CISER	PREGO TEMPERADO
JOMARCA	PREGO TELHEIRO 18X27

PURIFICADOR DE ÁGUA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
LORENZETTI	GIOVIALE
IBBL	FR600 SPECIALE IBBL
PURIFIC	PURIFICADOR PURIFIC SAÚDE
ELECTROLUX	PE11B PURIFICADOR DE ÁGUA BRANCO COM PAINEL TOUCH
DURÍN	PURIFICADOR PORTO BELO

QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
TIGRE	QUADROS DE DISTRIBUIÇÃO TIGRE
FAME	LINHA DE QUADROS DE DISTRIBUIÇÃO DE SOBREPOR E EMBUTIR FAME
LEGRAND	QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO CEMARPLAST
AMANCO	AMANCO QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO
ILUMI	QUADRO PARA DISJUNTORES 1NEMA/2 DIN SOBREPOR 62065

### MELHOR PRODUTO DO ANO

REATOR	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
ECP	REATOR AF LUMI 2X40/36W AFB BIVOLT
INTRAL	REATOR REH - T5 SLIM INTRAL
RCG	REATOR ELETRÔNICO 2X40W P.
PHILIPS	REATOR PHILIPS
MARGIRIUS	REATOR MARGIRIUS

REJUNTAMENTO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
WEBER QUARTZOLIT	REJUNTE FLEXÍVEL QUARTZOLIT
CERAMFIX	JUNTA FINE O ORIGINAL
VOTORANTIM CIMENTOS	VOTOMASSA REJUNTAMENTO FLEXÍVEL
REJUNTAMIX	REJUNTE EXTRA FLEX
USINA FORTALEZA	REJUNTE ACRÍLICO

REVESTIMENTO CERÂMICO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
CEDASA / MAJOPAR	HD 1720 - TAMANHO 57 X 57
CERÂMICA DELTA	RT-COTTON 30 - 30X60 - REVESTIMENTO LINHA WALL DESIGN
ELIANE	DIAMANTE BRANCO
INCOPISO	HD 90003
BIANCOGRES	REVESTIMENTO BIANCOGRES STELLE BLUE 32X60

REVESTIMENTO TEXTURIZADO		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
CORAL	CORAL TEXTURA RÚSTICA	
SUVINIL	SUVINIL TEXTURATTO CLÁSSICO	
EUCATEX	EUCATEX TEXTURA ACRÍLICA	
SHERWIN WILLIAMS	METALATEX TEXTURARTE	
LUKSCOLOR	TEXTURA LUKSARTE GRAF.	
LEINERTEX	TEXTURA TEXTUCRIL LEINERTEX	

SILICONE	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
HENKEL	CASCOLA FLEXITE USO GERAL
TEKBOND	SILICONE ACÉTICO TRANSPARENTE 50GR
BRASCOLA	SILICONE BRASCOVED MULTIUSO
AMAZONAS	SILICONE ACÉTICO TRANSPARENTE - CARTUCHO 280 GR / BISNAGA BLISTER 50 GR
PULVITEC	POLYSTIC
SIKA	SILICONE SIKA

SISTEMA DE AQUECIMENTO A GÁS		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
LORENZETTI	LZ 1600 D	
KOMECO	KO 20DI (INOX)	
RINNAI	E21 (REU-E210 FEHB/G)	
BOSCH	NÃO INDICOU	

STAIN	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
MONTANA	OSMOCOLOR STAIN
QUÍMICA	PRESERVATIVO
SPARLACK	SPARLACK STAIN BASE ÁGUA
SUVINIL	SUVINIL SECA RÁPIDO
SAYERLACK	POLISTEN SAYERLACK

tela, treliça e arame recozido	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
GERDAU	TELA, TRELIÇA E ARAME RECOZIDO
	GERDAU
ARCELORMITTAL	TELAS SOLDADAS NERVURADAS
	ARCELORMITTAL, TRELIÇAS
	NERVURADAS ARCELORMITTAL
	E RECOZIDO PRÁTICO
	ARCELORMITTAL
MORLAN	TELAS HEXAGONAIS COLERA
	BRANCA E PIAU

TELHA CERÂMICA E SINTÉTICA		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
PRECON	TELHA DE PVC PRECONVC	
CERÂMICA MONTE	TELHA PORTUGUESA MONTE	
CARMELO	CARMELO	
BARROBELLO	TELHA ROMANA REALEZA	
DAKKODELLO	PLUS	
TELHAS SIMONASSI	TELHA SUPERPLAN BAHIA	

TELHA DE FIBROCIMENTO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
ETERNIT	TELHA ONDULADA
BRASILIT	TELHA ONDULADA SEM AMIANTO
PRECON	TELHAS FIBROCIMENTO PRECON
INFIBRA/PERMATEX	TELHA DE FIBROCIMENTO INFIBRA
CONFIBRA	TELHA DE FIBROCIMENTO 244 X 110 X 5 MM

TINTA EM GERAL	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
SUVINIL	SUVINIL FOSCO COMPLETO
CORAL	CORAL SUPER LAVAVEL
LUKSCOLOR	LÁTEX PREMIUM LUKSCOLOR
SHERWIN WILLIAMS	METALATEX FOSCO PERFEITO
EUCATEX	EUCATEX ACRÍLICO PREMIUM SEM CHEIRO
HIDRACOR	REND MAIS
LEINERTEX	TINTA ACRÍLICA VIVACOR LEINERTEX

TINTA EM PÓ A BASE DE CAL	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
HIDRACOR	TINTA EM PÓ
CERRO BRANCO	TINTA EM PÓ À BASE DE CAL CERRO BRANCO
DIRECIONAL	TINTA EM PÓ DIRECIONAL
VOTORANTIM CIMENTOS	CAL DE PINTURA ITAÚ
ICAL	TINTA EM PÓ COLORIU
JUNTALIDER	TINTA EM PÓ A BASE DE CAL JUNTALIDER

TOMADA, PLUGUE E INTERRUPTOR	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
FAME	SÉRIE EVIDENCE
PERLEX - GRUPO PERLEX	CÓDIGO 5311 E 5381, TOMADA E INTERRUPTOR PERLEX SÉRIE PUMALIGHT
ILUMI	MONOBLOCO DUPLA STYLUS
TRAMONTINA	INTERRUPTOR SIMPLES + 1 TOMADA 2P+T 10A 250V - 57170/064
ENERBRAS	LINHA DE TOMADA E INTERRUPTORES – BELEZE

TORNEIRA DE PLÁSTICO	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
HERC	TORNEIRA PARA JARDIM
VIQUA	TORNEIRA PARA JARDIM PRETA
DURÍN	TORNEIRA MULTIUSO DURÍN
KRONA	TORNEIRA DE PLÁSTICO KRONA
LORENZETTI	LORENZETTI FORTTI

TORNEIRA EM ABS	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
LORENZETTI	LORENZETTI FORTTI
HERC	TORNEIRA PARA COZINHA BICA
	MÓVEL PAREDE COM MODELO PLUS
	COM AREJADOR FIXO – LINHA BRANCA
VIQUA	TORNEIRA DE PAREDE BICA MÓVEL
	FIRNZA CRISTAL
DURÍN	TORNEIRA BÚZIOS
ASTRA	1195IHP

TORNEIRA PARA COZINHA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
DECA	LINHA MAX
LORENZETTI	LORENFIT SLIM
DOCOL	TORNEIRA DOC PRETA
HERC	TORNEIRA COZINHA COM ALAVANCA 18CM
ICO METAIS	1162 CS 33 1/4 V DESCRIÇÃO TORNEIRA DE PIA DN 15/DN 20 BICA MOVEL HORIZONTAL
ÁGUIA METAIS	TORNEIRA DE MESA BICA MÓVEL 1/2 OU 3/4
ASTRA	1156J30

TRENA	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
STARRETT	TRENA DE BOLSO SÉRIE STARRETT
VONDER	TRENA ECONÔMICA VONDER
IRWIN	TRENA STANDARD DE 5M
TRAMONTINA	TRENA PROFISSIONAL - 43158/305
STANLEY	TRENA BÁSICA STANLEY 5 METROS

TUBO E CONEXÃO DE COBRE	
EMPRESA	NOME DO PRODUTO
PARANAPANEMA	TUBO E22
RAMO CONEXÕES	COTOVELO DE COBRE 22MM
COBRESUL	TUBO DE COBRE CLASSE
	E 22 MM (NBR 13206)

TUBO E CONEXÃO GALVANIZADO		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
TUPY	BSP	
APOLO	TUBO E CONEXÃO APOLO	
PARANAPANEMA	COTOVELO 22	
H-MECH	COTOVELO 2" FERRO FUNDIDO	
	MALEÁVEL GALVANIZADO COM	
	ROSCA BSP	

TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA FRIA		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
TIGRE	TUBOS E CONEXÕES SOLDÁVEIS TIGRE	
AMANCO	AMANCO TUBO DE PVC SOLDÁVEL PARA ÁGUA FRIA	
KRONA	TUBOS E CONEXÕES DE PVC PARA ÁGUA FRIA KRONA	
PLASTUBOS	TUBO DE PVC SOLDÁVEL PARA ÁGUA FRIA PLASTUBOS	
FORTLEV	TUBO SOLDÁVEL 25MM FORTLEV	

TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA QUENTE		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
TIGRE	TUBOS E CONEXÕES AQUATHERM	
AMANCO	AMANCO SUPER CPVC	
KRONA	TUBOS E CONEXÕES DE PPR PARA ÁGUA QUENTE KRONA	

VERGALHÃO		
EMPRESA	NOME DO PRODUTO	
GERDAU	VERGALHÃO GERDAU GG50	
ARCELORMITTAL	VERGALHÃO ARCELORMITTAL 50 SOLDÁVEL (CA50 S)	
CSN	VERGALHÃO CSN50	









s acidentes na construção civil diminuíram 38% nos últimos anos em todo o País. O segmento apresentou queda de mais de oito mil casos registrados nos últimos anos, mas ainda permanece como o terceiro no ranking dos setores com os maiores índices de acidentes de trabalho. Em todo o Brasil foram registrados 13.387 acidentes de trabalho envolvendo profissionais da construção em 2015, contra 15.486 em 2014 e 21.631 em 2013. Os dados apresentam queda de 38,11% entre os anos de 2013 e 2015. Os números são do Anuário Estatístico de Acidentes de Trabalho (AET), disponibilizado pelo Instituto Nacional de Seguro Social (INSS) em junho de 2017 e que traz os acidentes ocorridos entre os anos de 2013 e 2015.

Segundo o estudo da Organização Internacional do Trabalho (OIT), o Brasil ocupa o 4º lugar em relação ao número de mortes por acidentes de trabalho, com 2.503 óbitos. O País perde apenas para China (14.924), Estados Unidos (5.764) e Rússia (3.090). No Brasil foram registrados 725.664 acidentes de trabalho em 2013, 712.302 em 2014 e 612.632 em 2015. Os dados registram queda no número de acidentes neste período de 15,5% (INSS).

Veja o que a indústria está fabricando para aumentar ainda mais a segurança dos trabalhadores. São bons argumentos de venda.

#### **AGENA**

A Agena tem como destaque em EPI o Abafador SPR. Com diferentes modelos disponíveis, a marca foca atualmente na divulgação do produto em revistas e ações direcionadas ao público revendedor.

#### ALLPROT

A Allprot é especializada em proteção ocular e facial com ênfase em óculos de segurança com lentes graduadas. As opções hoje são as maiores do mercado, com aproximadamente 80 opções entre modelos, cores e tamanhos. Os óculos aliam design diferenciado e moderno com conforto e segurança. Trata-se de itens de fabricação nacional e com 1 ano de garantia contra defeitos de fabricação.

Além disso, a Allprot defende que o EPI precisa de uma área especifica delimitada e valorizada dentro do revendedor. Os produtos intimamente ligados à necessidade de uso também deveriam apresentar alguma alusão ao EPI, como furadeiras, serras e outros produtos afins. Como exemplo, poderia ser um cartaz, um propagandista ou até uma ação de



### CALÇADOS À PROVA D'ÁGUA, FOGO, CORTES, PERFURAÇÕES E, PRINCIPALMENTE, À PROVA DE CRISE.



## INVISTA COM SEGURANÇA

"Os produtos para proteção individual têm apresentado crescimento nas vendas", Revista Revenda.

"Longe da crise, a categoria EPI apresenta demanda crescente nos últimos anos", Revista Anamaco.

Pensar em calçados de segurança é pensar em Marluvas. Uma marca com 45 anos, com presença nacional na América Latina e no Top of Mind 2017. Investir em calçados Marluvas é investir no crescimento da sua empresa.

#### Seja um revendedor:

faleconosco@marluvas.com.br | 0300 788 3323 marluvas.com.br





"Os produtos intimamente ligados à necessidade de uso também deveriam apresentar alguma alusão ao EPI, como furadeiras, serras e outros produtos afins."

ALEXANDRE CAMPOS DE OLIVEIRA NEVES, diretor Comercial Allprot



brinde institucional, como um par de óculos gratuito na compra de determinado produto.

"Os produtos intimamente ligados à necessidade de uso também deveriam apresentar alguma alusão ao EPI, como furadeiras, serras e outros produtos afins." afirma Alexandre Campos de Oliveira Neves, diretor Comercial da Allprot.

#### **BSB**

A BSB, Brazil Safety Brands, investe em tecnologia de ponta, pesquisa e desenvolvimento e possui laboratório próprio para atestar e garantir a qualidade dos seus produtos e serviços. Para o mercado de construção civil, há diversidade de modelos, variada cartela de cores e opcionais que garantem maior proteção aos usuários.

Os calçados de segurança das marcas Bracol e Fujiwara têm qualidade garantida e certificações que cumprem as normas técnicas e regulamentos de segurança exigidos para cada função, e oferecem proteção aliada a conforto, ergonomia, design, resistência e performance aos trabalhadores. No segmento de construção civil, as empresas e trabalhadores devem ficar atentos para a compra e uso de calçados de segurança que possuam opcionais como biqueira de proteção em aço ou composite e palmilha resistente à perfuração. As linhas XPLORO da Bracol e GOLD da Fujiwara atendem esse segmento e trazem o couro nobuck como matéria-prima, com design no solado, que proporciona mais leveza e durabilidade, principalmente em ambientes com condições adversas. De acordo com Emerson David, diretor Comercial da BSB/Bracol e Fujiwara, durante o ano foram feitas ações em todo o País com o objetivo de manter a liderança, fidelidade e satisfação dos clientes com as marcas da BSB. "Os investimentos em marketing resultam no fortalecimento de nossas marcas, parcerias de sucesso e mais visibilidade dos produtos no mercado de EPIs. As ações nos pontos de venda estreitam cada vez mais a comunicação com o usuário final, incentivando a compra dos equipamentos corretos de proteção. Para isso, a BSB desenvolve treinamentos técnicos, seminários, palestras, além de participar de importantes feiras do segmento de SST", afirma. Em relação a como o

revendedor deve trabalhar os produtos para EPI em sua loja, David diz que isso pode ser feito por meio de treinamentos técnicos com os vendedores. "Nossos distribuidores têm o compromisso de disseminar a cultura da prevenção de acidentes do trabalho e orientar, no momento da compra, qual o equipamento de proteção correto para cada atividade ou segmento. Além disso, as capacitações também reciclam informações sobre normas, C.A., procedência, qualidade, uso e conservação, validade e diferenciais de cada produto, ajudando a garantir a segurança, a saúde e o bem-estar dos usuários", conclui.

#### CARBOGRAFITE

A Carbografite é um fabricante de EPIs e de produtos de solda. Em se tratando apenas de EPIs, pode-se dizer que os principais produtos são aqueles fabricados pela empresa, ou seja, cinturões de segurança, talabartes, travaquedas, respiradores descartáveis, máscaras de solda, protetores faciais, entre outros. O planejamento se baseia na melhora neste segundo semestre. Além disso, diversas ações de marketing estão sendo desenvolvidas pela empresa, como feiras e campanhas de incentivos. E fora a exposição, o revendedor, junto com o corpo técnico, desenvolve e homologa os EPIs nos principais clientes.

#### **DURA PLUS**

A Balaska é uma empresa 100% brasileira, fundada em 1991 e seu principal foco é a fabricação e distribuição de Equipamentos de Proteção Individual. De acordo com Adalberto Granado Dias, gerente Comercial da marca, a companhia está entre as maiores do segmento e o que lhes diferencia é o trabalho de desenvolvimento e orientação ao consumidor. "Através de uma equipe de técnicos e engenheiros de Segurança do Trabalho, ministramos constantemente cursos, treinamentos e workshops cujo principal alvo é a orientação ao consumidor de que equipamento de proteção é adequado à sua necessidade e qual é a forma correta de utilizá-lo", conta. Através da hinha Dura Plus®, é levado ao mercado de varejo o completo mix de produtos, com embalagens práticas e que atendem



"Os investimentos em marketing resultam no fortalecimento de nossas marcas, parcerias de sucesso e mais visibilidade dos produtos no mercado de EPIs."

EMERSON DAVID, diretor Comercial da BSB/Bracol e Fujiwara "Ministramos cursos e workshops cujo principal alvo é a orientação ao consumidor de que equipamento de proteção é adequado à sua necessidade e qual é a forma correta de utilizá-lo."



## ADALBERTO GRANADO DIAS, gerente Comercial da Balaska

às normas de defesa do consumidor, o que proporciona tranquilidade para quem vende e segurança para quem consome. "Temos em nosso portfólio mais de 500 itens à disposição do consumidor, e os destaques ficam por conta das luvas (são mais de 40 modelos), os óculos (com design moderno e atraente) e os calçados de proteção superleves (com solado de poliuretano bidensidade, que proporciona ao usuário muito conforto e segurança)", afirma Granado. A Balaska conta ainda com equipe técnica capacitada para recomendar o mais adequado mix de produtos adequados à característica de cada cliente. Os diferenciais são de oferecer a linha mais completa, com excelente custo-benefício para o revendedor e, principalmente, ao consumidor final. "O foco é o piso de loja, através de um trabalho constante de nossos promotores e repositores, treinamentos aos vendedores. A exposição adequada do produto não só no ponto fixo como também em pontos extras (cross, checkout, etc.) é a principal ação de marketing. E assim como uma linha de material elétrico, para se ter sucesso com a venda de Equipamentos de Proteção Individual, é necessário que o revendedor trate o EPI como uma família de produtos em sua loja e não somente como um complemento do setor de ferramentas", conclui Granado.

#### **MARLUVAS**

Os modelos da linha Premier Plus são projetados para quem exige o mais alto padrão de conforto, segurança e desempenho. Um dos modelos destaque da linha é a bota 75BPR26 DRY WP. É um calçado livre de metais, confeccionado em couro nobuck repelente à água com a tecnologia DRY OUT, uma membrana de PU 100% impermeável e transpirável. Seus microporos impedem a penetração de umidade por serem milhares de vezes menores que as gotas de água. Ao mesmo tempo, esses microporos são centenas de vezes maiores que o vapor de água, possibilitando a dessorção do suor. Seu solado é em PU Bidensidade injetado diretamente no cabedal com sistema em TPU anti-torsion para dar maior sustentação ao tornozelo, proporcionando

estabilidade em terrenos irregulares. Indicada para áreas administrativas, prática de esportes e muito mais. De acordo com Danilo Oliveira, gerente de Marketing, a Marluvas Calçados fabrica e comercializa uma alta gama de Calçados Profissionais, entre os chamados ocupacionais e de proteção. "Destacamos ainda as linhas Flex Clean, a Premier Marluvas e um portfólio amplo na linha de proteção aos mais diversos riscos a que os trabalhadores estão expostos nas suas atividades, seja para riscos químicos, elétricos, altas e baixas temperaturas, resistência a impactos, perfurações ou cortes", explica. Oliveira diz ainda que houve um tempo em que calçados profissionais eram relacionados a desconforto, peso elevado e estética ruim. Hoje, a vanguarda da proteção está nos materiais modernos, de alta tecnologia e performance. Em relação à distribuição adequada, a Marluvas já há alguns anos tem trabalhado fortemente na conscientização das revendas quanto às oportunidades existentes no segmento para se inserir os equipamentos de proteção individual. "A marca trabalha toda uma estratégia de comunicação e participação de eventos do setor demonstrando o quanto há de oportunidades de se traba-

#### PALAVRA DO ESPECIALISTA

De acordo com o engenheiro eletricista Fábio Amaral, da Engerey Painéis Elétricos, a redução do número de acidentes na construção civil se deu principalmente pela maior conscientização dos profissionais com relação aos riscos no ambiente de trabalho e pela divulgação massiva das normas de segurança. Como no caso da eletricidade, que é um dos principais causadores de acidentes. "Nas obras vemos fios soltos, desencapados e espalhados, o que aumenta o risco de choques, curtos e incêndios. Contudo, hoje verificamos uma maior procura por soluções que podem evitar esse tipo de acidente. Uma delas é a utilização de quadro de tomadas que é recomendado por quatro normas de segurança diferentes: a NR 10, NR 12, NR 18 e, ainda, a NBR 5410. Ele impede que os fios fiquem dispersos nas obras, gerando menos riscos de choques e até acidentes mais graves", explica Amaral. Recentemente, o engenheiro criou uma opção portátil de um quadro de tomadas a fim de difundir o uso desse dispositivo de segurança nas obras e evitar acidentes. O quadro leva, inclusive, o slogan "Chega de gambiarra". "A proteção dos painéis acontece por disjuntores e por dispositivos de proteção contra fuga à terra (DRs) que, além de proteger a ligação de máquinas, são proteções à vida", explica.

## QUEM COMPARA QUALIDADE SEMPRE PEDE LAMESA MAIS SEGURANÇA E TRANQUILIDADE PARA SUA OBRA

Tel.: (19) 3623 1518 • Fax: (19) 3623 4255 • vendas@lamesa.com.br • lamesa.com.br









#### EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL

lhar. O EPI hoje é um mercado que movimenta mais de 5 bilhões anuais e uma grande fatia pode e vai ser absorvida pelos revendedores", afirma. O diretor de Marketing enfatiza ainda que o EPI é um item totalmente relacionado ao material de construção, um item básico quando o assunto é construção, reforma e reparo. "É uma exigência do Ministério do Trabalho e principalmente um caminho de se proteger contra os riscos da atividade. Tudo isso para dizer: se o revendedor não tiver, o seu cliente irá fatalmente buscar em outro lugar, portanto, é uma grande oportunidade de aumentar o ticket médio e, acima de tudo, entregar uma solução mais completa ao seu cliente", conclui Oliveira.

#### NORTON

Empresa responsável pela fabricação e distribuição de ferramentas abrasivas para a construção, a Norton conta com uma linha de Equipamento de Proteção Individual (EPI), a NorSafety, que dispõe de certificado de aprovação e inclui: luvas de algodão, óculos, máscaras descartáveis e o respirador semifacial, que é um dos destaques da linha. Segundo Fabio Curcio, técnico de produto Norton, o Respirador Semifacial NorSafety proporciona maior conforto ao usuário. Feito em borracha e silicone flexível, o respirador recebeu melhor desenho de septo nasal, permitindo que se adapte em qualquer face. Dessa maneira, assegura uma perfeita vedação, com maior segurança e conforto aos usuários. "Toda a linha NorSafety possui alto padrão de qualidade que garante ao consumidor produtos seguros e confortáveis. Temos como objetivo conscientizar o usuário da importância do uso de EPI. Para isso, buscamos desenvolver produtos que sejam mais confortáveis e quando identificamos que são necessárias melhorias, efetuamos pequenas mudanças em produtos já existentes, adicionando mais tecnologia, conforto e segurança", conta. A divulgação é feita por meio dos canais em redes sociais, anúncios e treinamentos nos quais é possível divulgar e estar mais próxima dos usuários dos produtos, podendo orientá-los sobre a utilização de cada produto e informando sempre a importância da utilização desses

"O EPI hoje é
um mercado que
movimenta mais de 5
bilhões anuais e uma
grande fatia pode e irá
ser absorvida pelos
revendedores."

DANILO OLIVEIRA, gerente de Marketing da Marluvas Calçados





equipamentos. Já os produtos devem estar organizados por marcas e aplicações para aproveitar a sinergia entre as categorias. Além disso, é fundamental trabalhar com materiais de merchandising (displays, cross-merchandising, testeiras, wooblers, folhetos, bulas explicativas etc.) para lembrar, orientar e estimular as vendas. "Para a Norton é muito importante que os vendedores e os revendedores conheçam os produtos que estão comercializando em detalhes, que tenham sido treinados e capacitados e que saibam quais são os usos, aplicações e benefícios dos itens que estão comercializando. É também estratégico que tenham conhecimento sobre questões que envolvam manutenção e que saibam que, além de seguros, foram desenvolvidos levando em consideração o respeito à saúde de quem vai utilizá-los e ao meio ambiente", finaliza Curcio.

#### **VONDER**

Os equipamentos de segurança e proteção são fundamentais e, em muitos casos, indispensáveis para as mais diversas atividades. Para diminuir o risco de acidentes de trabalho, o uso de equipamentos de proteção é sempre o primeiro passo a ser seguido e, nos últimos anos, os lançamentos nessa área apresentam cada vez mais tecnologia para garantir a segurança de quem trabalha e não pode dispensar o uso de EPIs. Pensando nisso, a Vonder possui uma linha voltada para a proteção individual e coletiva de profissionais que atuam em diferentes setores. Óculos de segurança, máscaras e escudos para solda, abafadores de ruído, protetores auditivos, luvas, botas, botinas, cones de sinalização, colete refletivo, fitas refletivas para demarcação e antiderrapantes, entre outros produtos são alguns dos destaques da Vonder, indicados para proteção e segurança. Entre os diferenciais da Vonder está o rigoroso





MELHOR PRODUTO

www.adere.com | facebook.com/aderefitas | 0800 701 2903



#### EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL

processo de fabricação, que se preocupa em agregar novas tecnologias, design e praticidade no uso como fatores importantes que o mercado tem atentado para atender às expectativas dos consumidores. Entre as novidades desta linha destacam-se as máscaras para solda, que, pela complexidade do trabalho, exigem equipamentos de ponta, tanto na execução da solda quanto na proteção de quem está operando. Para esse trabalho, a Vonder disponibiliza diversos modelos de máscaras e escudos para solda, luvas de raspa, botinas e lentes, além das cortinas de proteção para solda. Um dos lançamentos é a Máscara de Escurecimento Automático MSV 913 VONDER, que pode ser chamada de "máscara inteligente", pois dispensa a troca de lentes durante o processo de solda, ajustando-se automaticamente à capacidade visual do operador, através do botão de ajuste de tonalidade. Ela reúne tecnologia, praticidade e segurança nos trabalhos com solda, com ajuste de tonalidade que varia de 9 a 13. Produzida em polipropileno com visor automático de cristal líquido, a máscara permite o ajuste de velocidade de escurecimento da lente, fazendo com que permaneça escura por mais tempo ou fique clara rapidamente ao término da solda.

Outro lançamento expressivo na linha de EPIs VONDER é a Luva Tricotada Resistente a Corte PNV 1010, ideal para atividades com vidros e demais materiais cortantes ou com rebarbas, em que garantir a proteção das mãos é fundamental. Produzida com fios de polietileno de alta densidade e fibra de vidro, a luva é revestida em látex sintético nitrílico na palma, na face palmar dos dedos e nas pontas dos dedos, garantindo a proteção contra cortes e excelente tato ao operador. Por isso, um equipamento de proteção indispensável para atividades relacionadas às manutenções industriais, indústria metal-mecânica, indústria de vidros, entre outras. E diante da disponibilidade do mercado em itens voltados para segurança e proteção, a Vonder acredita que o ponto de venda tem grande importância na decisão de compra do consumidor. Diante desse panorama, a marca estimula constantemente ações para a valorização na

"Em comunicação, estamos trabalhando nas ações da nova suspensão ajuste fácil para o capacete H-700 que foi lançado no primeiro semestre."

FABIANE KUBOTA, gerente de Trade e Marketing do Canal de Varejo Profissional da 3M





exposição do produto ou até mesmo na comunicação com o consumidor, transmitindo diferenciais que são presença constante em todo o mix, como praticidade e facilidade de uso dos nossos produtos, além da alta performance, resistência e durabilidade, entre muitos outros.

#### 3M

As linhas de segurança pessoal da 3M que mais se destacam no mercado são a proteção respiratória (8822, 9901, série 6000), proteção auditiva (Pomp, Muffler e Peltor) e proteção em altura (Altiseg e DBI). Mas também possuem soluções para a cabeça (H700), olhos (óculos Virtua) e face, além de portfólios mais específicos, como refletivos para serem usados em uniformes e toda linha de proteção ao soldador. De acordo com Fabiane Kubota, gerente de Trade e Marketing do Canal de Varejo Profissional da 3M, os produtos têm como diferencial conforto, segurança, produtividade, praticidade e economia. Além disso, a divulgação é sempre trabalhada com foco. "Em comunicação, estamos trabalhando nas ações da nova suspensão ajuste fácil para o capacete H-700 que foi lançado no primeiro semestre. Essa campanha será desdobrada a partir do segundo semestre com a solução completa para a cabeça. Paralelamente, temos reforçado as características de nossos respiradores descartáveis. Essa é a nossa principal linha em proteção respiratória, com destaque para os respiradores tipo concha, aura e dobráveis", conta. Em relação a como o revendedor deve trabalhar os produtos para EPI em sua loja, Fabiane diz que o mais efetivo é sempre associar o EPI ao tipo de trabalho em que será necessário, com atividades de cross selling. "Por exemplo: em revendas de tintas, oferecer as linhas de respiradores cinzas, que possuem carvão ativado, conferindo conforto aos trabalhadores para realizar essa atividade. Perto de ferramentas elétricas que geram poeiras, névoas e fumos, é fundamental posicionar o kit: respiradores, óculos e protetor auditivo. Ainda percebemos que muitos trabalhadores autônomos não enxergam valor em se proteger. Mas são suas vidas e o sustento de suas famílias que estão em jogo, portanto é fundamental oferecer essa proteção", conclui.







ocar em uma maçaneta para abrir uma porta ou portão é sentir todo o design que os fabricantes procuram colocar em seus produtos. Por isso, a apresentação das fechaduras no ponto de venda deve ser feita em cepos especiais para mostrar a beleza, funcionalidade e segurança dos produtos. A importância é grande, principalmente no desenho dos acabamentos: maçanetas, rosetas e espelhos. O projeto de uma maçaneta reúne vários pontos de atenção: estética, segurança, funcionamento, custo, normas técnicas e manufatura sustentável. Anualmente são desenvolvidas e lançadas novas coleções para oferecer variedade ao consumidor.

#### **3F**

A 3F tem como principais produtos sua linha de fechaduras e cadeados, atendendo ao mercado de portas de madeira, portas de vidro, portões, perfis de aço ou de alumínio, e móveis. Segundo Alexandre Vidal, porta-voz da empresa, a 3F busca excelência em seus processos fabris, gerando um produto competitivo e de alta qualidade. Além disso, procuramos nos aproximar de nossos clientes, agregando valor ao pós-venda e entendendo as demandas do mercado. "Lançaremos nos próximos meses, por exemplo, nossa segunda geração de fechaduras para portas de vidros. Este produto poderá ser aplicado tanto em portas de correr quanto em portas de bater, e seu desenvolvimento só foi possível por estarmos atentos às solicitações de nossos parceiros", afirma. A 3F, em sua estratégia de marketing, também atua fortemente com investimentos em peças para PDV, a fim de fornecer a melhor experiência de compra aos seus clientes. "Investimos na produção de displays personalizados e pensados para cada tipo de produto, peças para gôndolas, balcões e torres com cepos para showrooms", diz Vidal.

#### ALIANÇA METALÚRGICA

A Aliança Metalúrgica é reconhecida no mercado por lançar produtos que se tornam referência no segmento. Dentre eles, pode-se destacar as fechaduras Galaxy, Home, Inox Premium e os mais recentes lançamentos, as linhas Quadratta e Onda. As fechaduras Aliança trazem ainda a união entre qualidade, design e segurança. Com 90 anos de experiência e conhecimento do mercado, busca constantemente a inovação, focando em seus clientes e

"Lançamos em 2017
mais dois modelos com
designer diferenciado: são
as fechaduras Bia e Manu.
Todas as fechaduras
da linha Gold oferecem
ao nosso consumidor o
melhor custo-benefício
do mercado."



JANAINA SAMPAIO, gerente Comercial da Gold

consumidores. Os produtos Aliança possuem garantia de 5 anos e alta durabilidade. De acordo com Katy Messias, gerente de Marketing, não basta criar bons produtos, é preciso levá-los e informá-los para seus clientes e consumidores. Tendo ciência dessa necessidade, a Aliança faz constantes investimentos em comunicação para seus públicos de interesse, através de mídias segmentadas B2B, ações em social media, trade marketing e campanhas de endomarketing, "Quanto maior o padrão nos canais onde sua marca se encontra, melhores os resultados e reforço ao brand. A Aliança oferece materiais padronizados para seus revendedores com comunicação única nos cepos, displays de PDV e, em alguns casos, ambientação visual dos espaços com adesivos de prateleira, wobbler, entre outros", afirma. Os revendedores devem seguir as orientações passadas pelo marketing, buscando deixar os produtos em destaque, organizados nas prateleiras e mantê--los sempre atualizados (de acordo com a comunicação que sai de sua equipe de marketing).

#### GOLD

O destaque da Gold é a Fechadura Cristina, com fabricação nacional, atendendo às normas da ABNT. A fechadura foi projetada para atender às classes de consumidores C,D e E, sendo ainda substituta perfeita das fechaduras populares das demais marcas. Nesta mesma linha de consumidores, a marca oferece outras duas fechaduras: a Claudia e a Simone. "Seguindo a tradição de qualidade Gold, lançamos em 2017 mais dois modelos com designer diferenciado: são as fechaduras Bia e Manu. Todas as fechaduras da linha Gold oferecem ao nosso consumidor o melhor custo--benefício do mercado", afirma Janaina Sampaio, gerente Comercial. A Gold realiza ainda Investimentos contínuos para aprimorar desde o processo de fabricação até a saída do produto. Janaina diz também que o trade marketing está em constante evolução no ponto de venda, auxiliando e estimulando o sell-out, através de materiais facilitadores.

"Além do estímulo, investimos em treinamento de equipe da introdução do produto na loja e suporte, que são feitos aos representantes da nossa linha, para que todos estejam aptos a explanar todos os benefícios das linhas de Cadeados e Fechaduras do Grupo Gold", enfatiza.

#### **HAGA**

A Haga traz em sua história o conceito de inovação, que pode ser observada pela diversidade da sua linha de produtos em constante evolução. O cuidado com a embalagem é um diferencial no mercado, que traz, além das informações técnicas exigidas pela norma, um visual novo ao consumidor, transmitindo o valor de uma fechadura em um ambiente. O simulador de fechaduras on-line faz parte das inovações que traz aos usuários um conforto para escolher a fechadura, aplicar na porta e simular o design que melhor combina com os ambientes disponíveis no site. Para completar, a empresa vai disponibilizar ao mercado, através do ponto de venda, uma comunicação voltada para o segmento ao consumidor final, que reforçará o valor da fechadura explicando o custo-benefício e a importância da escolha da marca perante a segurança do seu maior patrimônio: a família.

#### HDL

A HDL, marca do Grupo Legrand, está no mercado de soluções em segurança eletrônica há 40 anos e oferece a Fechadura Elétrica C-90, "padrão" do mercado brasileiro, e a nova fechadura eletromagnética M-90, evolução com a qualidade HDL. Conta com memória mecânica, que mantém o acionamento até que o primeiro impulso a destrave. É fornecida com três chaves, tem gama diversificada de cores, materiais, acabamentos e tipos de instalação e dispõe de ampla base instalada. Dentre as ações de marketing, estão sendo desenvolvidas a renovação completa dos materiais de comunicação, desenvolvimento de novas ferramentas de merchandising, campanhas de incentivo em parceria com pontos de venda interessados.



"A HDL produz um planograma de exibição das fechaduras em sinergia com ofertas de porteiros eletrônicos, além de displays de parede ou balcão, com amostras dos produtos funcionais e banners."

BRUNO PEREIRA, gerente de Marketing das Ofertas de Segurança Eletrônica do Grupo Legrand



## **NÃO RACHE A CUCA!**

O portfólio de produtos **Norton** para acabamentos na construção não para de crescer. Acabam de ser incorporados à linha: PU40, PU Construção e Silicone Acético.

A qualidade **Norton** que você já conhece, agora também para vedação e tratamento de juntas e trincas.

PU CONSTRUÇÃO



SILICONE ACÉTICO



Para mais informações:





"Para expor os produtos, a Pado oferece aos seus revendedores vários mostruários que seguem o padrão de identidade visual da empresa. Assim, o cliente pode visualizar e manusear o produto antes da compra."



SELMO RODRIGUES, diretor Comercial da Pado

Bruno Pereira, gerente de Marketing das Ofertas de Segurança Eletrônica do Grupo Legrand, conta ainda que a marca produz um planograma de exibição das fechaduras em sinergia com ofertas de Porteiros Eletrônicos Áudio & Vídeo, além de displays de parede ou balcão, com amostras dos produtos funcionais e banners dedicados nos pontos de venda.

#### LA FONTE

Os conjuntos de fechaduras presentes nas linhas Heritage e Unique da La Fonte possuem maior destaque na linha. Com design autoral arrojado e de alto padrão, apresentam exclusividade para o consumidor do mercado de luxo, atendendo desde a arquitetura clássica, com os conjuntos 619 e 620, até as mais modernas, com os conjuntos 900 e 751, buscando somar estilo e personalidade aos ambientes. Os produtos são feitos em latão, material nobre que permite máxima resistência à corrosão e desenvolvimento de design com formas bem definidas. Possui acabamento fino e grande variedade de cores, como cromada, cromada acetinado, latão polido, latão acetinado, antique brass, preto brilhante, preto fosco e o banhado a ouro 18 k. A máquina ST-Evo, com distância de broca de 70 ou 55 mm, que compõe esses conjuntos, possui máxima resistência contra arrombamento e é indicada para locais com tráfego intenso e 10 anos de garantia para o funcionamento. Estão disponíveis para uso externo, interno e banheiro. Segundo Joaquim Chaves, gerente de Unidade de Negócios La Fonte, os produtos produzidos na La Fonte são diferenciados por seus designs autorais e alto grau de excelência na produção de acabamentos para o mercado de luxo. "A qualidade, segurança e inovação são as maiores preocupações da La Fonte. Possuem, por isso, maior robustez e durabilidade. Além disso, o tratamento superficial de cromagem dos produtos La Fonte é realizado com o cromo trivalente (Cr3+), eliminando os riscos à saúde dos colaboradores. Reduz a toxidade dos efluentes líquidos tratados na Estação de Tratamento de Efluentes da empresa", conta. Ele ainda reitera que uma das principais preocupações da La Fonte, que pertence ao grupo Assa Abloy, é o fortalecimento da marca nos negócios das revendas através do estreitamento das nossas relações. "Enxergamos as revendas como uma expansão das nossas operações, ou seja, como parceiras de negócios e não simplesmente como clientes. O segredo está na intimidade com que as revendas e os clientes atendidos por elas se relacionam. Os produtos, soluções e suporte que oferecemos às revendas precisam estar alinhados às demandas desses clientes. Também damos atenção especial aos profissionais que trabalham os nossos produtos nos pontos de venda", ressalta.

#### LOCKWELL

A marca dispõe de fechaduras com rolete para porta pivotantes com espessura convencional 35 mm e especiais com espessura até 90 mm. Tem como diferencial o conjunto de cilindros de chaves engavetados ao mecanismo, além de maior resistência contra o arrombamento. Todas as maçanetas são montadas com eixo de acionamento maciço, no sistema macho e fêmea com parafuso, não sai na mão e proporciona maior resistência. Elas podem ser colocadas em expositores que mostram o funcionamento como na porta ou em gabaritos para identificação dos tamanhos, para comparação numa eventual substituição/reposição.

#### PADO

A Pado produz várias linhas de cadeados, fechaduras e acessórios de portas e janelas. Aos 81 anos no mercado de ferragens, exibe um amplo portfólio de fechaduras composto pelas linhas: Concept, lançada há pouco mais

#### PALAVRA DO ESPECIALISTA

"É importante que o cliente sinta os produtos. No segmento de ferragens para arquitetura, a Häfele está trabalhando neste ano o conceito encanto ao primeiro toque, pois é assim que o cliente irá conhecer o produto. É neste primeiro contato que ele forma a sua percepção a respeito de determinada ferragem. Por isso, é preciso deixar que o cliente toque, manuseie, teste as maçanetas, para que assim possa sentir a força da mola interna, sinta o acabamento e a ergonomia das peças. No caso dos produtos Häfele, é sempre bom reforçar a informação de que eles possuem durabilidade superior, uma vez que são fabricados em aço inox 304." Ester Ludwig, executiva de Vendas do Canal de Projetos da Häfele Brasil.



de três anos, a tradicional Serralheiro, a BMW, Ecoinox, Zamac e Glass, desenvolvida para atender ao mercado vidraceiro. A linha Serralheiro atende ao mercado deste segmento, com design inovador e modelos para as mais diversas aplicações. É uma linha homologada pela Alcoa, atestando mais uma vez a qualidade dos produtos Pado e o compromisso com seus clientes. Dentre essas linhas, pode-se destacar os lançamentos deste ano da linha Serralheiro: os modelos Sobrepor elétrica em aço carbono com acabamento preto e Sobrepor elétrica em aço inox com acabamento escovado (fotos), ambos com um grande diferencial de mercado: o cilindro multiponto em latão maciço. Esse cilindro, que conquistou, durante a Feicon 2017, o Selo Inovação Varejo, estabelece maior segurança contra violação para as fechaduras elétricas. Com alta capacidade produtiva, a Pado conta com portfólio que se diferencia pelo mix de produtos com preço adequado, design diferenciado, durabilidade e resistência. Com o mercado cada vez mais competitivo, a Pado busca a proximidade com seus clientes e consumidores, oferendo produtos que atendam os anseios de um consumidor cada vez mais exigente e que busca tranquilidade. De acordo com Selmo Rodrigues, diretor Comercial da Pado S.A., a marca dedica as ações de marketing aos pontos de venda. "Como exemplo, podemos destacar a frota de showrooms móveis que percorre todo país, disponibilizada aos lojistas em datas especiais e pré-agendadas, com o objetivo de expor todo o portfólio e lançamentos da marca", relata. Em relação à exposição do produto, Selmo diz que os revendedores devem apresentar as fechaduras como produtos que se diferenciam pela durabilidade e resistência, com a tradição da qualidade de uma empresa que está há 81 anos está no mercado. "Para expor os produtos, a Pado oferece aos seus revendedores vários mostruários que seguem o padrão de identidade visual da empresa. Com esses mostruários, o cliente pode visualizar e manusear o produto antes da compra. Entendemos que a boa apresentação define a venda, com vendedores bem orientados, principalmente quanto às aplicações dos produtos. Os revendedores também têm acompanhamento da equipe de marketing da Pado. Buscamos todos os dias a satisfação de nossos parceiros e consumidores, para que possamos manter nossa liderança", conclui ele.

#### **PAPAIZ**

O destaque da Papaiz fica por conta da fechadura Massima MZ 530 da linha Design, que acompanha as tendências da moda e da arquitetura com propostas ousadas e modernas que definem estilos e agregam personalidade aos projetos. Está disponível com as fechaduras Smart com distância de broca de 55 mm e maçanetas em zamac 127 mm, que facilitam o encaixe da mão para maior conforto na abertura das portas. A fechadura Massima MZ 530 pode ser encontrada nos acabamentos cromado (CA) e cromado acetinado (CA). Segundo Claudio Papaiz, diretor da Unidade de Negócio da marca, todo o portfólio de fechaduras Papaiz atende às normas ABNT 14913. "Uma grande inovação Papaiz é que os produtos com máquina Smart podem ser adaptados para três funções diferentes: externa, interna e banho. As fechaduras em aço inox são mais resistentes ao desgaste e a intempéries, com excelente desempenho em regiões de grande impacto corrosivo, como áreas litorâneas. A marca tem a maior lingueta e o maior trinco da categoria. Participamos do programa PBQP do Habitat. Todos os processos são certificados pela ISO 9001", completa ele. Como ação de marketing, a Papaiz pesquisou os hábitos e gostos de seus consumidores para desenvolver os seus produtos, que seguem o posicionamento da empresa de valorização do design. A linha Massima representa a evolução das formas geométricas e acompanha a aceitação das linhas Squadro e Bamboo, já consagradas no mercado, adicionando



"Uma grande inovação
Papaiz é que os produtos
com máquina Smart
podem ser adaptados
para três funções
diferentes: externa,
interna e banho."

CLAUDIO PAPAIZ, diretor da Unidade de Negócio da Papaiz



#### Conheça a coleção 2017 de cadeados e fechaduras

São mais de 10 novidades. Entre elas estão as novas estampas para os cadeados das linhas TSA e Fashion, um novo conceito para o Cadeado de Bicicleta, o Cadeado para Bloqueio, as quatro novas cores do Cadeado Segredo, os novos modelos de maçanetas e muito mais.









"Contamos com uma equipe especializada de promotores de vendas capacitada para esclarecer aos consumidores, direto no ponto de venda."

ELTHON WANDERLEY, gerente de Unidade de Negócios Silvana Assa Abloy



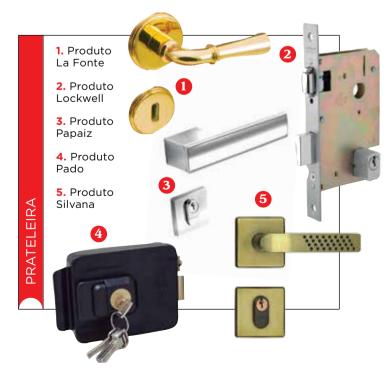
modernidade e sofisticação à linha de produtos Papaiz. "O investimento constante em publicidade, marketing e produtos é o primeiro passo para a chegada de um segundo semestre que será muito importante para a empresa no que diz respeito à modernização e inovação. Estamos dando bastante ênfase para o design, agregando este valor aos nossos produtos, que já são conhecidos pela tradição e pela qualidade", afirma o diretor de Unidade, Claudio Papaiz.

#### SILVANA

No portfólio de produtos da Silvana Assa Abloy, pode-se destacar as linhas 1400 e 1700, disponíveis, respectivamente, com espelhos tipo roseta redonda e quadrada. São fechaduras de padrão intermediário na linha e possuem oito diferentes opções de maçanetas e dois tipos de acabamentos. São produtos certificados pelo PBQP-h e de produção 100% nacional. "Os nossos produtos são produzidos com matéria-prima selecionada, passam por rigorosos processos de fabricação que garantem os mais elevados padrões de qualidade e confiabilidade. Todas as fechaduras residenciais Silvana são montadas e testadas individualmente", afirma Elthon Wanderley, gerente de Unidade de Negócios Silvana Assa Abloy. A marca está presente nas principais mídias sociais e participa das principais feiras e eventos do setor. Realiza treinamentos constantes nos pontos de venda e eventos customizados em clientes, ações coordenadas de trade marketing e exposição dos produtos em diversos formatos. "Além disso, contamos com uma equipe especializada de promotores de vendas capacitada para esclarecer aos consumidores, direto no ponto de venda, todas as vantagens e diferenciais dos nossos produtos, além de auxiliá-los na escolha do produto mais adequado para a sua necessidade", reitera Wanderley.

#### SOPRANO

A maior força da Soprano está no competitivo mix de fechaduras residenciais. O portfólio de produtos gera um excelente retorno por metro quadrado no ponto de venda do lojista. O atual destaque da Soprano é o crescente mix na linha Perfil Metálico, que nos últimos meses apresentou a primeira fechadura estreita com maçaneta Golf (Taco de Golf para broca 20×53 mm) e, também, a primeira em material polímero de engenharia. Ambas inovações tiveram aceitação do mercado, estreitando relacionamentos com indústrias e revendas de todo Brasil, abrindo o caminho para a comercialização que a Soprano dispõe para esquadrias de alumínio e aço. De acordo com Cristine Duso, coordenadora de Marketing da Soprano Fechaduras e Ferragens, outro grande destaque que ocorreu no último mês foi a modernização da fechadura PopLine, que agora se apresenta ao público com nova roupagem, a mesma maçaneta em um espelho mais moderno nos acabamentos cromado e antique brass, que vem despertando a atenção do público. "E para as fechaduras eletroímã foram disponibilizados para venda os acessórios para abertura da porta, que eram esperados desde seu pré-lançamento na feira Feicon", salienta Cristine. Ela ressalta também que a marca conta com uma grande estrutura de galvânica e ETE (Estação de Tratamento de Efluentes), inaugurada em agosto de 2015, com equipamentos de última geração nas linhas galvânicas e o que de melhor existe no mercado em equipamentos para o tratamento de efluentes, que são tratados de acordo com sua natureza química, retornando para utilização na galvânica, configurando o descarte zero de efluentes. "Com um novo catálogo físico no mercado, a Soprano procurou explorar pontos que facilitem a localização de informações pelo consumidor. Projetado para andar em conjunto com o sistema mobilidade, o cliente consegue identificar facilmente detalhes sobre cada produto. Ao final do catálogo, é possível conferir as certificações da Soprano, como a ISO









9001 e o Programa PBQP-H, e informações mais particulares, como a orientação sobre a reversão dos trincos das fechaduras, além ainda da linha do tempo de evolução da Soprano em mais de 60 anos de história", complementa. Na exposição de produtos no ponto de venda, a Soprano desenvolve adesivos diversificados aos seus expositores, de forma a auxiliar o consumidor nas características específicas para aquele produto. Trata-se de um processo semelhante ao que é configurado às embalagens, que deixam o consumidor seguro do produto que está levando para casa. Junto a isso, expositores estão sendo remodelados para levar toda a modernidade da Soprano ao ponto de venda.

#### STAM

Os produtos de destaque nas linhas da Stam são fechaduras, cadeados, puxadores e kits para porta de correr. Porém, destacam-se também as fechaduras para portão 701 e 803/03 EI. Segundo Marcio Luiz Tavares da Silva, gerente Comercial, os diferenciais dos produtos Stam são a qualidade, tecnologia, a aceitação do consumidor e o giro rápido no ponto de venda. "As ações de marketing que estamos desenvolvendo são todas voltadas para o PDV. Estamos desenvolvendo um novo mix de merchandising, novos catálogos, novos expositores, novas embalagens e um novo site institucional, dinâmico e interativo. O mote do nosso escopo de planejamento é 'Tem que ser Stam', porque acreditamos na confiabilidade e qualidade dos nossos produtos", explica ele. Silva diz ainda que a maneira correta de expor produtos nas revendas é mantê-los bem visíveis e sinalizados nas gôndolas, e, para isso, realiza-se um trabalho diferenciado na arrumação da loja e aplicação de materiais de pontos de venda.

"Auxiliamos o revendedor com material promocional e de divulgação. São banners, catálogos, canetas, bonés, participação em uniformes, fachadas, panfletos, campanhas de vendas, confraternizações de lojas e clientes etc.





"Auxiliamos o revendedor com material promocional e de divulgação. São banners, catálogos, canetas, bonés, participação em uniformes, fachadas, panfletos, campanhas de vendas, confraternizações de lojas e clientes etc."

MARCIO LUIZ TAVARES DA SILVA, gerente Comercial da Stam

Fornecemos também todo expositor que o representante indicar a necessidade de utilização na loja e promovemos treinamentos dos vendedores e balconistas", conclui.

#### YALE

A Yale tem como destaque as fechaduras digitais que substituem o uso de chaves convencionais por leitores de impressão digital, ou leitores de cartão de proximidade, ou teclados touch screen para uso de senhas, e, em breve, irão permitir a utilização de dispositivos móveis.

Os modelos da linha Real Living permitem a integração da fechadura com os principais sistemas de automação e segurança residencial. A Yale conta ainda com o portfólio de fechaduras digitais do mercado com modelos para aplicação em portas de madeira e metal a partir de 30 mm até 100 mm de espessura, e portas de vidro de folha simples ou folha dupla. Para Joaquim Chaves, gerente de Unidade de Negócios Yale, a marca está na vanguarda do mercado, desenvolvendo, constantemente, soluções em produtos de alta tecnologia. "As instalações das fechaduras digitais Yale não requerem fiação. Operam com pilhas comuns e com grande autonomia de funcionamento. As fechaduras digitais Yale oferecem vantagens e benefícios, como guia de voz em português para assistência na instalação e programação, entrada para bateria externa e chave para emergência. Opcionalmente, podem ser operadas por controle remoto ou dispositivos móveis", exemplifica ele. Algumas das ações de marketing que estão sendo desenvolvidas pela Yale incluem a utilização de vídeos explicativos em lojas de autosserviço. Já os produtos devem ser apresentados na forma de mostruário funcional. "A experiência do cliente entendendo como o produto funciona, suas vantagens e a facilidade de programação são decisivas e conduzem o cliente, naturalmente, a uma opção segura e consciente", conclui.



Mais uma conquista que vem demonstrar que esta parceria só pode dar certo. Capacitação profissional, experiência, dedicação, honestidade, versatilidade.

Nós do Grupo Perlex agradecemos e garantimos ... Nossa meta é a melhoria contínua.



#### TOMADA, PLUG E INTERRUPTOR

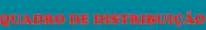


#### EXTENSÃO ELÉTRICA E FILTRO DE LINHA



#### PINO ADAPTADOR DE TOMADA







#### PORTA SANFONADA















vendas (11) 4662-9000 www.grupoperlex.com.br

**EMPRESAS DO** GRUPO PERLEX













umlingen, Alemanha - O ônibus atravessa os portões da fábrica da fischer na região de Waldachtal, na Floresta Negra. Estaciona e entramos em um prédio futurístico, mas construído há pelo menos 7 anos, onde estão os escritórios, refeitório e até mesmo um moderno ginásio de fitness da empresa familiar fundada há mais de 60 anos por Artur Fischer, um inventor com muitas patentes registradas, das quais a simples bucha de fixação é fabricada até hoje e contribui muito para os quase 800 milhões de euros que a empresa espera faturar este ano. Percorremos o bonito saguão com pinturas do artista grego Stelios Vasikaridis, com destaque para a obra "People on the move", que ocupa 25 metros de comprimento por 3,20 metros de altura de uma das paredes. Somos conduzidos à sala Spain, onde as informações para os jornalistas brasileiros convidados especialmente pela empresa são despejadas de maneira muito profissional, com direito à apresentação do novo CEO da empresa, Dirk Schallock, que havia assumido dois dias antes do encontro, e que tem a difícil missão de comandar a empresa familiar de exatos 69 anos, presente em 34 países, inclusive o Brasil, com 46 empresas, distribuição em mais de 100 países e 4.600 colaboradores. Números que impressionam. Durante três dias fomos conhecer os processos de fabricação das buchas de fixação, centro de distribuição, centro tecnológico, fischer automotive e o fischertechnik, um jogo de montar que é muito mais do que uma simples brincadeira.

#### PORTFÓLIO DIVERSIFICADO

O curioso é que a primeira invenção de Artur Fischer foi um dispositivo flash para máquinas fotográficas com disparador sincronizado. A primeira bucha S só foi fabricada em 1958, e não parou mais. Atualmente, a fischer tem quatro áreas de negócios: sistemas de fixação fischer, fischer automotive systems,



"Acreditamos na retomada do segmento de infraestrutura, que está retraída, mas o governo vai ter que trabalhar no investimento de várias instalações e na parte de infraestrutura, principalmente para a melhoria dos corredores de exportação do agronegócio."

#### MARCOS ELLERT, CEO fischer Brasil

fischertechnik e fischer Consulting. Os sistemas de fixação são a maior área de negócios do grupo, com cerca de 75% do faturamento. Mas não são apenas as pequenas buchas que fazem da fischer uma das 100 mais importantes empresas familiares da Alemanha. O portfólio de produtos abrange mais de 15 mil artigos, como ancoragens dinâmicas para zonas sísmicas ou para grandes edifícios, fixação de proteção contra incêndios ou guarda corpos em campos de futebol, como os utilizados no estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro. Também se destacam a variedade de parafusos, produtos especiais para isolamento térmico composto, instalações sanitárias, elétricas, adesivos, vedantes, espumas e brocas são destaque. A própria fischer desenvolve e produz os seus produtos, a maioria na Alemanha.

#### TODOS POR UM

O envolvimento dos funcionários na atuação da empresa é um dos motivos de orgulho de Klaus Fischer, filho do fundador e que deixou a presidência no início de julho para assumir o cargo de presidente do Conselho Administrativo. Segundo ele, da força de trabalho das empresas fischer são registradas 20 vezes mais patentes por colaborador do que na média da economia alemã. A participação na indústria automotiva se dá na fischer automotive systems, que produz produtos em plástico injetado para grandes montadoras alemãs, como Audi, Mercedes-Benz, Porsche e americana Cadillac. Tudo começou em 1982 com o CBOX, um sistema de armazenamento para fitas cassete nos automóveis. Hoje a gama de produtos inclui bocais de ventilação, suportes para copos, compartimentos de armazenamento ou componentes multifunções que ajudam a manter o interior do carro limpo e arrumado. Essa unidade tem fábricas na Alemanha (Horb), República Tcheca (Ivanovice), China (Taicang) e Estados Unidos (Auburn Hills).

A fischer Consulting foi fundada em 2004 e aproveita os conhecimentos especializados de processos fischer como base para o seu trabalho de consultoria junto a empresas, fornecedores e parceiros de negócio. Além de pequenas e médias empresas, essa unidade ajuda entidades públicas e grandes consórcios internacionais a otimizarem os seus processos e torná-los mais eficientes.



#### TECNOLOGIA E SERVIÇO

A fischertechnik é a menina dos olhos de Klaus Fischer. O objetivo é dominar a tecnologia e brincar. Há mais de 50 anos a empresa transmite noções técnicas básicas e científicas de forma simples e fácil de dominar com seus kits de construção, que têm, inclusive, modelos controlados por computador.

E não ouse comparar os produtos feitos pela fischertechnik com o similar Lego. Os alemães ficam sérios e dizem que seus produtos são muito mais que simples montagem de peças, mas sim uma ferramenta de ensino de sucesso, tanto em escolas como em universidades. No Brasil, o governo do Pará utiliza esses produtos na educação infantil com equipamentos doados para 300 escolas que receberam dez conjuntos, que abrangeram dez diferentes tópicos tecnológicos (sistemas eletrônicos, robóticos, pneumáticos, óticos, entre outros). Os pacotes incluíam ainda material de formação para cerca de 1.400 professores nas áreas de matemática, física e tecnologia.

#### DIMENSÕES MUNDIAIS

Um passeio pelos diversos segmentos da fischer nos dá a dimensão de sua importância nos mercados alemão e mundial. Mas Klaus Fischer levou sua empresa a outras dimensões. Com o lema de "O maior capital de uma empresa não são os sistemas nem as máquinas, mas as pessoas", diz que o sucesso de uma empresa depende sempre das pessoas que nela trabalham. E criou o Klaus Fischer Bildungszentrum, que, desde 2010, reúne as ações de formação contínua. Cerca de 7.700 pessoas já frequentaram mais de 500 eventos e, em 2015, foi aberto um novo ginásio na sede, em Waldachtal, que os colaboradores ativos e os aposentados podem utilizar gratuitamente, sete dias por semana. No início de 2015, foi criada

#### FISCHER STORE

A fischer do Brasil está lançando uma forma de tentar atuar com o ponto de venda oferecendo produtos da Curva A, ou seja, aqueles que possuem maior giro. A chamada fischer store une blisters com variados tipos de buchas, rebites ou parafusos de um modo mais versátil e prático, com fácil identificação, onde como consequência o giro é maior e o lucro ao revendedor é proporcional à quantidade comercializada.

a Fundação Klaus Fischer para a Promoção da Educação de Crianças e Jovens, com a doação pessoal de 1 milhão de euros por parte de Klaus Fischer. Ativo na fábrica ou na comunidade de Waldachtal (sua casa fica a poucos quilômetros da fábrica e ao lado de uma guest house da empresa para receber apenas visitantes alemães ou de outros países), Klaus Fischer é capaz de muitas atitudes impensáveis para um ocupado e importante homem de negócios. Sensibilizado com a falta de patrocínio do cavaleiro Michael Jung, que tem seu haras e escola de hipismo na região, Klaus Fischer o chamou para uma palestra para os jovens de sua fundação. Não só ficou sensibilizado com a humildade do campeão olímpico em Londres/2012, como passou a patrociná-lo. Mais uma jogada de sucesso do emblemático empresário. Jung tornou-se bicampeão olímpico ao vencer a modalidade Concurso Completo nos Jogos do Rio/2016, com seu cavalo Sam, agora patrocinado pela fischer. Um trio de sucesso.

<sup>\*</sup> viagem feita a convite da fischer Brasil



# "No ponto de venda é onde tudo acontece"

arcos Ellert está há apenas dois anos na fischer Brasil, mas já provocou profundas mudanças na empresa. Entre suas prioridades estão a de aumentar ainda mais o mix de produtos da fischer, aumentar a exposição nos multicanais, ampliando a gama de participação em vários segmentos e fazer que o revendedor seja treinado e orientado para oferecer o melhor mix de produtos para fixação do mercado e que o consumidor brasileiro saiba que está comprando o mesmo produto que o consumidor alemão, francês ou italiano. Engenheiro eletrônico formado pelo Instituto Mauá, de São Caetano do Sul, 46 anos, casado e dois filhos, Marcos fez graduação em Marketing de serviços na Esan e na Business School e, posteriormente, pós-graduação e MBA na ESPM. Nesta entrevista exclusiva à revista Revenda, realizada na sede da fischer, em Tumlingen, Alemanha, explicou o novo posicionamento da fischer Brasil e os bons desafios que assumiu.

#### Revenda - Qual a sua visão hoje do Brasil?

Marcos - O mercado no momento está bastante retraído, principalmente em nosso segmento da construção civil, mas, do outro lado, vemos o varejo tendo um leve crescimento, principalmente vendo que os nossos principais clientes fogem um pouco pela busca dos produtos DIY (do it yourself, faça você mesmo), que são mais utilizados pelos consumidores finais para realizar pequenas reformas em suas casas.

Acreditamos na retomada do segmento de infraestrutura, que está retraída, mas o governo vai ter que trabalhar no investimento de várias instalações e na parte de infraestrutura, principalmente para a melhoria dos corredores de exportação do agronegócio. Estamos atentos na parte de portos e aeroportos, que também é nossa expertise, para aproveitar as oportunidades que possam surgir.

"Hoje nós temos soluções para fixar pedras em fachadas, por exemplo, um produto que necessita de excelente desempenho, pois vai fixar produtos pesados por um longo período. Temos de quebrar paradigmas."

#### MARCOS ELLERT, CEO fischer Brasil

## A fischer tem bastante know-how neste segmento de infraestrutura, certo?

Exatamente, se for ver uma instalação envolvendo uma das áreas em que trabalhamos forte é a de mobilidade, tanto na parte de aeroportos [quanto no] transporte de massa que demandam soluções fischer, e vemos que ainda muitos investimentos estão sendo feitos nos metrôs de São Paulo, Salvador e Rio de Janeiro que precisam de soluções para as quais podemos contribuir. Mostramos todo o nosso portfólio desse segmento nas obras de alguns estádios da Copa do Mundo, da Olimpíada do Rio, do Porto Maravilha, também no Rio, e na fixação de guindastes de grande porte em alguns portos brasileiros.

#### Buchas e produtos para fixação vendidos nas revendas têm pouco valor agregado. Como a fischer faz para aumentar a sua participação no mercado? Preço ou exposição no ponto de venda?

Os dois. Muito mais no caso da fischer, a exposição é muito importante. Em particular que, no Brasil, grande parte do mercado é dominado pelas buchas plásticas que os importadores ou fabricantes locais utilizam na maioria das vezes materiais reciclados, então o consumidor não dá muito valor à qualidade do produto, mas sim ao preço da bucha. Só que, no caso da fischer, só trabalhamos com buchas de nylon, fabricadas por nós. A fischer também tem chumbadores químicos e muitos outros produtos que são vendidos em uma loja de material de construção.

## Quanto representa o sistema de fixação em uma grande obra, por exemplo?

Em um empreendimento comercial ou prédio de apartamentos, por exemplo, os produtos de fixação podem representar até 3% do custo total da obra, por isso é preciso utilizar produtos adequados para cada situação. A bucha simples tem pequeno valor agregado, mas, ao utilizar um produto adequado de um fabricante preocupado com a qualidade do seu produto, o consumidor ficará totalmente despreocupado com o desempenho do nosso produto.

Os chumbadores ou buchas de fixação são produtos utilizados e ficam "escondidos" em um imóvel, já que depois desaparecem. Como a fischer faz para que os seus produtos sejam mais conhecidos pelo grande público?

Aí temos de trabalhar forte o ponto de venda com uma comunicação clara informando o produto certo para cada finalidade. O consumidor hoje dificilmente sabe o que encontrar atrás da parede que está furando. Se é tijolo, bloco ou drywall, temos investido no ponto de venda para criar uma diferenciação não só nas embalagens como também no cronograma, categorizando nossos produtos e dividindo em buchas para concreto, drywall etc., e temos percebido que o consumidor fica atento a isso ficando surpreso ao saber que existem produtos especificamente para utilização. Outra coisa é o treinamento que fazemos com a nossa equipe própria de vendas para orientar o revendedor a indicar o produto correto.

#### E como o revendedor está ajudando?

Com esses treinamentos. Quando um cliente entra na loja e pede uma bucha, de pouco valor agregado, o vendedor tem que investigar mais. Perguntar, por exemplo, o que o cliente quer fixar na parede. Uma TV, um quadro, um objeto de decoração. E também que tipo de parede ele tem, exatamente para dar uma orientação adequada e que atenda à expectativa do consumidor.

## Os produtos para fixação sem precisar furar a parede estão crescendo no mercado brasileiro?

Sim, é uma tendência, porque quando falamos dos adesivos internos, de uso residencial, ainda há certa desconfiança por parte do consumidor, por não acreditar que esse produto vá funcionar, que não terá um desempenho tão bom. Hoje nós temos soluções para fixar pedras em fachadas, por exemplo, um produto que necessita de excelente desempenho, pois vai fixar produtos pesados por um longo período. Temos de quebrar paradigmas. O pessoal ainda não acredita que vai funcionar, acha que vai cair em pouco tempo e temos que demonstrar que isso é possível. É uma tendência, sim, porque cada vez mais temos materiais básicos em nosso segmento e a expectativa é que muita gente vai abandonar o furo na parede para colar um adesivo. Além de ser mais prático e não precisar de uma furadeira, quando você retira o adesivo, a parede necessita de cuidados mínimos para voltar ao padrão original.

## A participação do profissional da construção na indicação dos produtos para o cliente tem um peso importante?

É muito importante que o profissional conheça a nossa marca e os nossos produtos para indicar ao cliente ou utilizar na obra. Tanto é que temos casos comprovados de o cliente entrar na loja e não perguntar por bucha de fixação, mas sim pela bucha fischer, ou seja, a marca virou referência no segmento. Mostra que a marca está bem presente na cabeça de quem utiliza os nossos produtos. Estamos trabalhando cada vez mais incentivando o revendedor a conhecer melhor o nosso portfólio de produtos. Não queremos que esse revendedor abra simplesmente a sua gaveta para entregar uma bucha barata pedida pelo



## 2° LUGAR EM FERRAMENTAS MANUAIS

Estamos aqui novamente!

Mais uma vez, nós da PACETTA, deixamos nosso agradecimento pelo reconhecimento e confiança que o mercado e parceiros tem em nossa linha de produtos.

Estar posicionada entre as principais empresas do mercado brasileiro é um grande orgulho.

Nas próximas décadas não será diferente!

Obrigado!

PACETTA, QUALIDADE INDISCUTÍVEL.



Acesse o site e fique por dentro das novidades: www.metalurgicapacetta.com.br



consumidor. Nosso trabalho é mostrar que a fischer é uma empresa que tem soluções completas para o mercado de fixação.

#### O que é a fischer store?

É uma forma de tentar trabalhar o ponto de venda oferecendo produtos da Curva A, que são os produtos que maior giro. Quando o consumidor vai a uma loja de material de construção tipo home center, a grande dificuldade que ele encontra no corredor de ferragens é escolher um entre tanta variedade de produtos. Então, se você coloca blisters com diversos tipos de parafusos, buchas ou rebites de maneira mais agradável, de fácil identificação, estes terão maior giro e proporcionam maior lucro para o revendedor pela quantidade comercializada.

#### E como fazem para que o revendedor abra esse espaço?

Nós orientamos que, ao colocar o mix adequado dos produtos com fácil identificação e variedade de utilização, além de identificar o tipo de cliente que mais frequenta o local, hobista ou profissional, ele poderá dispor dos produtos com maior giro, adequando ao número de clientes que frequentam a loja.

#### O número de lojas que tem a fischer store já é expressivo?

Posso dizer que temos mais de 300 clientes com o nosso conceito fischer store. Atendemos mais de 3 mil clientes em todo o Brasil, e os que adotaram o nosso conceito estão muito satisfeitos. Claro que este projeto é para lojas grandes ou home centers, que têm mais espaço físico, mas também temos material de divulgação como o display de balcão para lojas menores, o que facilita um pouco a comunicação dos nossos produtos.

## Até pouco tempo a fischer era unanimidade no mercado, mas, com a entrada de produtos "made in China" e outros fabricantes nacionais, a empresa passou a disputar mais o mercado. Como estão trabalhando esta nova situação?

Há cerca de dois anos intensificamos o nosso trabalho de trade marketing justamente para aumentar a exposição dos nossos produtos no ponto de venda porque entendemos que é ali que tudo acontece. O cliente procura por um bom atendimento, um mix adequado de produtos e informações corretas. E queremos mostrar aos nossos clientes que não apenas temos os melhores produtos, mas também que podem ganhar dinheiro

"Estamos vendendo aqui no Brasil um produto recém-lançado na Europa, com o mesmo desempenho e tecnologia. Duas décadas atrás demoravam alguns anos para que o consumidor brasileiro pudesse dispor do mesmo produto"

MARCOS ELLERT, CEO fischer Brasil

conosco. Não falamos só de preços, mas também de produtos de qualidade. E também não podemos ficar parados com a invasão de produtos acontecendo no mercado, por isso aumentamos o nosso mix de produtos e trazemos inovação, que é o nosso maior foco. Não vendo apenas o produto, mas também tecnologias que possam agregar ainda mais às vendas.

#### Qual era o mix e quanto ele aumentou?

Falando em percentuais, hoje os novos produtos representam mais de 30% das nossas vendas. Temos produtos que com apenas um ano de vida já estão ajudando muito a fazer essa diferenciação.

## O fato de os produtos fischer terem bastante tecnologia ajuda nas vendas? O consumidor entende isso?

Com certeza. Vamos pegar como exemplo as novas buchas de fixação para drywall, um segmento que cresce muito no mercado brasileiro. Estamos vendendo aqui no Brasil um produto recém-lançado na Europa, com o mesmo desempenho e tecnologia. Duas décadas atrás demoravam alguns anos para que o consumidor brasileiro pudesse dispor do mesmo produto lançado na Europa ou Estados Unidos, por exemplo. Com o aumento da rapidez das informações, temos de oferecer os mesmos produtos que esse consumidor conhece em outros países. Este é um diferencial que temos.

#### Qual o suporte que a matriz da fischer dá ao Brasil?

Ela tem nos apoiado bastante, mesmo porque hoje temos uma estrutura de marketing e produto global. Na Alemanha temos áreas divididas por especialistas e, uma vez que identificamos novos segmentos, tratamos diretamente com a matriz para fazer uma segmentação adequada ao mercado.





professor Klaus Fischer tem 67 anos de idade, dois filhos e nasceu na pequena cidade de Freudenstadt, Alemanha. Licenciado em Engenharia, entrou para a empresa como diretor da área de testes; rapidamente passou a ocupar o Conselho Administrativo e, em 1980, assumiu a responsabilidade global e desenvolveu rapidamente visões próprias. Durante um evento na sede da fischer, em Tumlingen, fundada por seu pai Artur Fischer há mais de 60 anos, conversou com exclusividade com a revista Revenda apenas dois dias depois de passar o comando da empresa familiar para o executivo Dirk Schallock.

## Revenda - Como o senhor vê a empresa, fundada por seu pai, atualmente?

Klaus - Com gratidão. Em 1980, com 29 anos de idade, eu tive a grande oportunidade de assumir a presidência da empresa fundada por meu pai. Na época tínhamos um faturamento de 50 milhões de euros e neste ano de 2017 vamos fechar com um faturamento de mais de 800 milhões de euros. Agora vou poder desacelerar um pouco e isso será muito bom. Eu sempre disse: no dia em que sair da empresa eu quero deixar a empresa em uma situação ótima, caso contrário não vou sair.

#### Qual foi a primeira atitude que tomou depois de deixar a presidência da empresa?

Eu estou aposentado há apenas dois dias (risos). Eu não me aposentei, vou cuidar do futuro da empresa, das subsidiárias internacionais. Temos 47 em operação e algumas delas eu nem conheço, então vou visitá-las. O Brasil está no meu roteiro. Queremos cuidar dos processos produtivos cada vez mais enxutos e também dos jovens, um tema importante para mim.

#### Uma coisa que nos chamou muito atenção na apresentação do Centro de Formação Klaus Fischer, que cuida de crianças pequenas, foi a sua doação de uma assinatura de um jornal impresso de grande circulação para os meninos criarem o hábito da leitura impressa. O sr. ainda acredita na força da informação?

Os jovens não leem mais jornais. Nem leem o jornal na internet. Não se informam dos temas mais importantes como política e o futuro. Eles não votam nas eleições aqui na Alemanha. Recentemente, fizeram uma pesquisa com jovens alemães perguntando por que eles não votam e muitos responderam porque não sabiam em quem votar. Este é um erro da política alemã, porque temos que abraçar a causa dos jovens, e se os

"Temos que abraçar a causa dos jovens, e se eles ficarem indiferentes ,será um grande problema para o futuro do nosso país e isso não é bom, não gosto disso. Temos que entusiasmar e incentivar os jovens para que participem do futuro do país."

#### KLAUS FISCHER, ex-presidente da fischer

jovens ficarem indiferentes será um grande problema para o futuro do nosso país e isso não é bom, não gosto disso. Temos que entusiasmar e incentivar os jovens para que participem do futuro do país. O que eu gosto na Alemanha é que estão surgindo muitas startups e nós temos dentro da empresa o hábito de combinar os jovens com os mais experientes, orientando-os a trabalhar mais no comércio eletrônico, digitalização, indústria 4.0, que vai ser um desafio para todos nós, especialmente falando da digitalização. Nós pensamos em termos de gerações, não em resultados trimestrais.

## Na sua opinião, a educação é o tema mais importante para um país?

Certamente. Seria uma grande chance para o Brasil investir mais na educação dos jovens. É o fator de sucesso de um país.

#### Como o sr. avalia a atual situação do Brasil?

Lamento a atual situação do Brasil, um país rico em minérios, recursos naturais e que deveria ser um país economicamente muito mais forte. Conheço o Brasil muito bem por causa das viagens que faço para lá desde a década de 1970; o Brasil sempre foi o país do futuro e alguns anos atrás estava indo tão bem... O potencial é enorme e o que eu lamento é que, por causa da política, se perdem as grandes chances. Infelizmente, porque é um país maravilhoso. É o que realmente sinto.

#### Acredita em novos tipos de comércio?

Com certeza. A velocidade com que as coisas acontecem no mundo é impressionante: o comércio eletrônico, vendas pela internet, vão acelerar muito e isso é um grande desafio para o comércio e, se o varejista não tomar cuidado, não vai mais ter necessidade de lojas físicas.

#### E o interesse do sr. pelo hipismo?

A família Jung não mora muito longe daqui e eu sempre lia artigos e reportagens no jornal local sobre esta família Jung e um artigo em especial me chamou a atenção. Dizia que o filho Michael, com 27 anos, havia ganhado o campeonato europeu de hipismo, modalidade concurso completo, sem nenhum patrocínio e como sempre temos jovens aprendizes na fábrica, eu pensei que seria uma ótima ideia convidar o cavaleiro Michael Jung e todos os jovens que trabalham na empresa em um evento para que ele contasse porque tinha se tornado um cavaleiro

tão bem-sucedido tão jovem, lembrando que ele começou no hipismo com 5 anos de idade. Os jovens vieram animados e o Michael Jung trouxe seus pais, muito simpáticos, para contar sobre a sua vida. Depois da palestra, eu perguntei a eles se tinham patrocinadores e eles responderam que não. Perguntei como poderia fazer para ajudá-los patrocinando o Michael, mas já estava na véspera da Olimpíada de Londres e não havia tempo hábil para patrociná-los. Após os Jogos de Londres, onde ganhou duas medalhas de ouro, uma individual e outra por equipes para a Alemanha, conversamos de novo e eles continuavam com as mesmas condições sem patrocínio de antes da Olimpíada. Achei muito decente a colocação da família Jung e desde então criamos um laço muito grande de amizade e passei a patrociná-los. Nesta modalidade de Concurso Completo de Hipismo não dá para ganhar muito dinheiro, e eu, pessoalmente, tive muita sorte na vida, por isso resolvi apoiar o Michael no esporte. E dizem que ele é o cavaleiro mais bem-sucedido da Alemanha de todos os tempos e, desde então, dou meu suporte a ele, não apenas por meio da empresa, mas também pessoalmente. Ele é o embaixador da marca fischer.

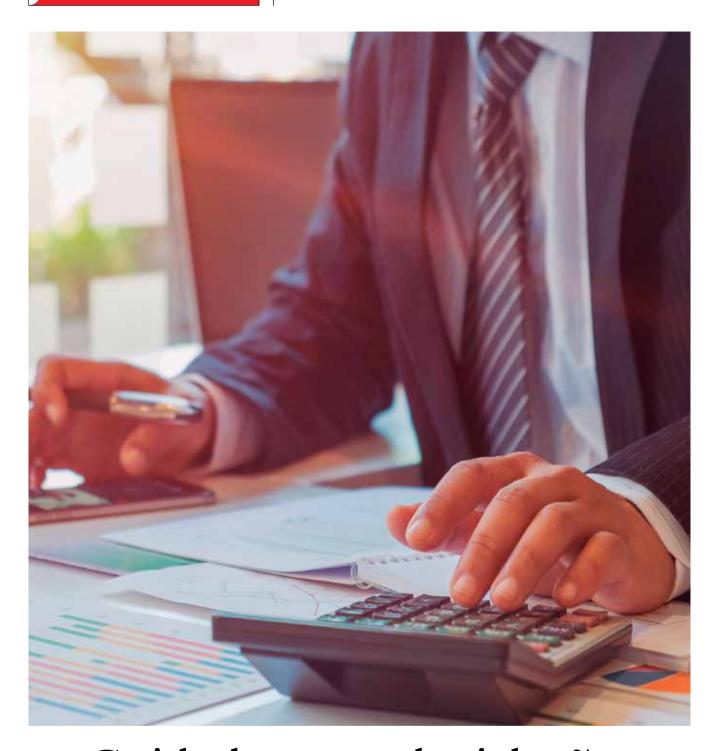
#### Agora, no Conselho, vai poder acompanhar o hipismo?

Ainda não sei. Vou ter um pouco mais de tempo disponível para acompanhar o esporte, mas nem tanto quanto gostaria, no entanto, vamos tentar prestigiá-lo sempre que possível. Quando for competir na Europa, tentarei estar sempre por perto para acompanhar as competições.

#### O sr. esteve nos Jogos Olímpicos do Rio2016?

Sim, foi muito bom no Rio de Janeiro. Eu tinha todas as credenciais dos Jogos e pude entrar em todos os lugares, até nos estábulos, acompanhei o dia a dia do Michael Jung e conheci outros cavaleiros. Pena que o Complexo de Deodoro (onde foram realizadas as competições de hipismo) era muito longe e não havia muito público assistindo às competições. Eu conheço o Rio de Janeiro há muito tempo e é uma cidade lindíssima. Vou voltar outras vezes, com certeza.





Cuidado com a legislação

## NO ATACADO DISTRIBUIDOR

uidar da rotina de estoque, da gestão de suprimentos, das questões que envolvem recebimento de mercadorias e carregamentos, da otimização dos processos de estoque, frota e tomada de decisões. Estas são algumas etapas da agitada rotina de um atacadista distribuidor. No entanto, em meio a toda essa dinâmica de operação do ramo, algumas ações em torno da legislação podem acabar ficando de lado e se tornarem um grande risco para o seu negócio.Com uma rotina corrida, muitos gestores podem acreditar que estão cuidando de tudo o que é essencial na administração das suas obrigações, mas devem parar e refletir sobre cada parte do processo e, principalmente, analisar a parte fiscal, que pode lhe render sérios problemas e até colocar em risco a continuidade dos negócios se não for bem observada. Para que você entenda a importância de estar atento à legislação fiscal no setor, preparamos algumas dicas a fim de esclarecer a real necessidade de manter os sistemas atualizados e ficar de olho em todos os aspectos para não correr riscos de ter impactos negativos nas questões legais. Se você nunca prestou atenção nisso, ou se dedicou pouco a essas questões, é hora de mudar isso!

#### O QUE DEVO OBSERVAR EM RELAÇÃO À LEGISLAÇÃO FISCAL DO ATACADO?

Existem fatores muito além dos visíveis e/ou meramente operacionais e de mercado, como negociação e vendas, por exemplo, que devem ser considerados com relevância também quando se gerencia um negócio atacadista. Em primeiro lugar, é preciso entender que a legislação no atacado está propensa a sofrer alterações constantemente. Portanto, é preciso que a empresa tenha um profissional competente para acompanhar essas mudanças fiscais e, de preferência, um sistema de gestão atualizado constantemente e alinhado às alterações que ocorrem na lei e nos fluxogramas

que isso desencadeia para não correr riscos de perder novos prazos (que eventualmente podem mudar após a edição de alguma norma) ou fazer cálculos sob margens erradas, por exemplo. Isso são apenas alguns fatores. No que tange à legislação, o que vale para este ano ou para hoje pode não valer amanhã e aqui está o grande risco de manter os processos de obrigação fiscal do atacado seguindo sempre o mesmo fluxo. Ele pode não ser o mais adequado para todos os momentos. Entre outros problemas, não estar de acordo com a legislação vigente pode fazer com que o atacadista tenha de pagar multas por atrasos e desajuste de documentação ou, até mesmo, responder por algum tipo de sonegação ou desordem relacionado a impostos e tributos, mesmo que não seja intencional, mas sim por falta de informação atualizada ou erro na operação.

#### LOGO, COMO POSSO GARANTIR QUE MINHAS OBRIGAÇÕES FISCAIS ESTEJAM SEMPRE EM DIA COM A LEGISLAÇÃO?

É inegável, mais uma vez, a importância de um sistema de gestão para ajudar a organizar todas as etapas da operação. Já que a parte burocrática pode ser mais difícil até mesmo para os profissionais mais experientes, dada a dinâmica da

questão e a necessidade de sempre estar de olho nas atualizações das leis, exigências de regulamentação e regras tributárias. Além disso, como o atacadista precisa prestar contas de sua atividade de acordo com os princípios legais que o enquadram, ter um sistema pode ser mais prático, confiável e ágil, pois simplifica o acompanhamento das etapas de cada processo, datas e andamento, auxiliando bastante no comando de toda a atividade. Mais do que isso, contar com um sistema de gestão que auxilie no monitoramento e condução das atividades mediante alinhamento com a legislação vigente ajuda a evitar descuidos que muitas vezes ocorrem quando o controle é manual, como perda de novos prazos válidos, cálculos errados, descontrole nas margens e até falhas por esquecimento. Um sistema, enfim, pode ajudar a tornar tudo mais dinâmico, manter o fluxo em ordem e garantir um menor índice de falhas (humanas) no processo fiscal.

Você já tem um sistema de gestão eficiente, apto a apoiá-lo em uma operação clara, precisa e atenta à legislação do atacado para minimizar a ocorrência de problemas fiscais?

\*Thiago Carneiro é gestor de Ofertas de Distribuição da PC Sistemas, empresa do Grupo TOTVS

### Tambasa premiada

A Tambasa ficou na 288ª colocação do ranking das 1000 Maiores Empresas do País realizado pelo jornal Valor Econômico, conquistando duas posições em relação ao ano passado.

"Essa é uma grande conquista para a Tambasa, que vem trabalhando com fôlego e determinação para driblar os desafios da economia. Além do ranking geral, a Tambasa destaca-se ainda pelo seu excelente desempenho e aparece nos quadros de destaque do setor de Comércio Atacadista e Exterior pelos critérios adotados pelo Valor 1000, como: 4ª colocada em Margem Ebitda; 7ª colocada em Liquidez Corrente; 2ª colocada em Cobertura de Juros; 10ª colocada geral do setor", comenta Gersinho Bartolomeo, diretor da Tambasa.





sses dois estão presentes em todos os lugares, e são necessários em muitos ambientes, objetos e consertos. Trata-se das colas e dos silicones adesivos, cujas funções variam de acordo com o segmento. As camisas das seleções de futebol, por exemplo, levam silicone. Esse tipo de tecido, que tem como característica aumentar a respirabilidade da pele e a capacidade de absorção do suor, é tratado à base de silicone. A aplicação é feita durante a fase de acabamento das peças, logo após o pré-alvejamento, garantindo maciez e durabilidade. Cada fabricante adiciona a quantidade desejada à peça. Esse é um "segredo de Estado" de cada fabricante. Quanto mais silicone, mais macio, mais gostoso de tocar é o tecido. "Propriedades como resistência às variações de temperatura (-65°C a 200°C), proteção contra fungos e bactérias e estabilidade química permitem que o produto seja parte importante nos acessórios utilizados no principal evento esportivo mundial", diz Irineu Bottoni, coordenador da Comissão Setorial de Silicones da Associação Brasileira da Indústria Química (Abiquim).

#### **ALMATA QUÍMICA**

A Almata Química destaca como principais itens a linha ALMASUPER de cola instantânea à base de cianoacrilato e a ALMASUPER ZERO, que é uma cola instantânea sem odor e sem blooming, ou seja, o consumidor ou profissional poderá utilizar o produto sem sofrer irritações das vias nasais, por não conter cheiro característico de cianoacrilato presente nas colas instantâneas comuns, bem como colar substratos sem ocorrer esbranquiçado, também comum nesse tipo de substância. A marca aponta como diferenciais o fator sustentabilidade do planeta, além de fornecer produtos que não agridem e nem prejudiquem a saúde do profissional e do consumidor. A Almata Química se faz presente nas principais feiras de cada segmento, apresentando sua ampla e profissional linha de produtos ao mercado, principalmente com trabalho técnico personalizado, demonstrando através de aplicação pratica a eficiência dos produtos. "O revendedor apresenta a linha de produtos Almata Química como produtos nacionais desenvolvidos utilizando padrões de qualidade (ISO 9001-2008), com preços competitivos em local de boa visibilidade, enriquecendo seu estabelecimento, pois a linha apresenta-se em caixas ou displays, facilitando a comercialização", explica Rui Paulo Pereira Junior, gerente de Marketing da Almata Química.

#### BASTON

A Baston possui três marcas de selantes, focando sempre em nichos de mercado e públicos distintos. A companhia acredita que é uma forma de levar o produto certo para o consumidor certo. A marca Interfix atende a atacadistas e distribuidores voltados ao mercado profissional, como serralheiros, alumínios, vidraceiros, marmoraria e todo o mercado voltado para a construção civil, além das revendas. Na marca temos como destaque o Interfix 160 Silicone Acético, Interfix Silicone 650 Neutro, Interfix Acrílico e o Interfix Selante MS 35. Denise Stadler Malucelli, diretora Comercial da Baston, explica que, com a marca Sil Trade, eles atendem alguns distribuidores profissionais mais selecionados dentro do mercado de construção civil e industrial. "O Sil Trade Silicone Manutenção Cura Acética é destaque no mercado para montagem e manutenção de aquários devido às suas características técnicas, e é também usado no mercado industrial e no automotivo. O Sil Trade Silicone /Alta Temperatura Acético e Neutro atende temperaturas de 60°C a 260°C. O produto de destaque é o Sil Trade Metais, que é muito usado por calheiros, além do Sil Trade Reparos Cura Neutra", conta ela. Já com a marca Proteg, a Baston atende o mercado de atacadistas e distribuição. O destaque no segmento é o Proteg Silicone Acético nas apresentações de 270 g ou 50 g. O maior compromisso da Baston é com a qualidade e com alta tecnologia em todos os nossos produtos, incluindo selantes e silicones. Nossa equipe técnica utiliza matérias-primas de primeira linha, possui um controle de qualidade rigoroso. Trabalhamos com as empresas lideres mundiais de fornecimento de silicone, que prezam por tecnologia e qualidade. "Nosso maior trunfo é nossa equipe de representantes qualificados e com muita garra. Para auxílio nas vendas, também participamos de feiras de construção e similares, treinamento técnico em clientes, utilizamos o



"O revendedor apresenta a linha de produtos Almata Química como produtos nacionais desenvolvidos utilizando padrões de qualidade (ISO 9001-2008), com preços competitivos."

RUI PAULO PEREIRA JUNIOR, gerente de Marketing da Almata Química



telemarketing, e-mail marketing e algumas redes sociais, também são boas para a comunicação com a equipe e o cliente, além das peças padrão, como nosso site e catálogos", comenta Malucelli.

#### CASCOLA

Pertencente à multinacional Henkel, a marca Cascola possui soluções em diversas categorias de colas e selantes: desde as tradicionais colas de contato e cola branca à base de PVA até os adesivos de montagem que possuem uma alta tecnologia, com agarre imediato e alta força de colagem, ideais para substituir a utilização de pregos e parafusos. São produtos de alto desempenho, que conferem confiança, força e versatilidade. Com amplo portfólio, que inclui adesivos de contato, adesivos de construção e silicones. São eles o Cascola Tradicional Sem Toluol, Cascola Extra Sem Toluol, Cascola Base D'Água, Cascola Monta & Fixa PL500 Interior, Cascola Monta & Fixa PL600 Exterior, Cascola Monta & Fixa PL 700, Cascola Monta & Fixa Cuba & Espelho, Cascola Flexite Uso Geral, Cascola Flexite Metais & Pedras e Cascola Flexite Vidro & Alumínio. Segundo Claudio Amadio, gerente da marca Cascola, foram desenvolvidos os produtos Cascola com alta tecnologia, performance e segurança, como é o caso da linha de adesivos Monta & Fixa, que permite agilizar a obra com acabamento perfeito ao eliminar pregos e parafusos, economizando tempo e dinheiro. "Além disso, estamos atentos às necessidades do mercado e procuramos nos antecipar em oferecer soluções eficazes e modernas. Exemplo disso foi o pioneirismo da Henkel na retirada do solvente

toluol das colas de contato. Essa atitude contribui para preservar a saúde do profissional e torna a marca Cascola reconhecida e aprovada em todo o País", diz ele. Em relação ao Marketing, a marca planeja lançar uma campanha em rádio para ressaltar a linha Monta & Fixa. Já no ponto de venda (PDV) vamos incluir materiais de comunicação nos estabelecimentos para reforçar os produtos disponíveis ao consumidor. "A marca investe no relacionamento com a revenda e seus respectivos profissionais. Nos pontos de venda, temos como objetivo apresentar ao revendedor toda a linha de produtos e suas aplicações, tornando-o apto a explicar ao consumidor as características e os diferenciais de cada um dos nossos produtos por meio de treinamentos e materiais de apoio", conclui.

#### FISCHER

A fischer destaca no segmento seus adesivos MS Ultra Express, Stop Pregos Interno e Stop Pregos Externo, além dos selantes MS Selante, Silicone Acético, Silicone Neutro, Selante Acrílico e Purflex. De acordo com Rafael Matoshima, gerente de produtos da fischer Brasil, as ações de marketing que estão sendo desenvolvidas para promover esses produtos incluem materiais de PDV, e-mail MKT, mídias sociais e treinamento nos clientes (fischer Akademie). "Os revendedores devem apresentar como soluções simples, econômicas e práticas para cada aplicação. Nossos vendedores são treinados mensalmente para que compartilhem conhecimento com nossos clientes", comenta.

#### GRUPO AMAZONAS

O Grupo Amazonas conta com amplo portfólio de produtos, incluindo os de bases mais avançadas do ponto de vista tecnológico e sustentável, colocando a empresa entre os principais players do mercado de adesivos, colas e silicones. Nos setores da construção civil, móveis, embalagem e gráfico estão os principais volumes, atendendo grandes indústrias, revendas e os maiores atacadistas do Brasil. A linha de cola de contato tem como destaque a família de produtos MS Fixa Tudo. Possui tecnologia MS (sigla para silicone modificado, em inglês), pois apresenta características dos silicones e selantes de PU (poliuretano); contém, ainda, alta rapidez de colagem (resistência inicial em menos de cinco minutos). Com composição à base de água, a linha MS Fixa Tudo é isenta de solventes, favorecendo o meio ambiente. A linha é composta de seis produtos: o Fixa Tudo para colar, selar e vedar os mais diversos substratos; o Fixa Tudo Transparente com as mesmas características do anterior; Fixa Cuba, especialmente desenvolvido para fixação de cubas e pias em geral; Fixa Rodapé, para fixação e vedação de rodapés, sancas e guar-

### ENTREVISTA COM CLAUDIO AMADIO, gerente da marca Cascola

- Doutros produtos Cascola terão as embalagens reformuladas? Sim, a Cascola acaba de lançar duas embalagens do adesivo de contato Cascola Extra Sem Toluol. Agora, os consumidores de todo o Brasil que utilizam o produto em menores proporções também contam com as opções 195 g e 730 g. Reforço que o adesivo de contato Cascola não possui o solvente toluol, que pode causar danos à saúde, inclusive levar à dependência. Preocupada com o bem-estar dos profissionais, que lidam com esse tipo de produto, a marca baniu essa substância da sua linha de produção em 2009.
- DÉ possível estimar o quanto as novas embalagens vão beneficiar os consumidores? A redução de materiais reduziu o consumo de matérias-primas durante o processo, resultando em uma economia de 30% no custo do produto. Além disso, as antigas bisnagas de alumínio, por serem mais rígidas, dificultavam o uso completo do conteúdo da embalagem. O novo material laminado é mais flexível, proporcionando um manuseio mais prático, além de permitir o consumo completo do produto.
- Os revendedores deram um feedback da nova embalagem: ficou mais visível no PDV? Mais fácil de apresentar? Sim. Recebemos ótimos feedbacks sobre a nova embalagem de Cascola Flexite. A nova versão melhorou o aspecto estético e a visibilidade no ponto de venda. A versão mais enxuta pode ser pendurada em gancheiras e também posicionada de pé, nos caixas e balcões, ampliando os pontos de presença da marca e a visibilidade para o consumidor. Com a mudança de embalagem, também conseguimos reduzir o custo do produto em 30%.
- A Cascola tem um departamento de pesquisa e projetos para desenvolver esses cases? Onde fica? Como parte da empresa alemã Henkel, que atua forte em relação aos aspectos sustentáveis, a marca Cascola conta com profissionais em diferentes países para estudar as necessidades de cada mercado e eliminar processos que podem causar danos ao meio ambiente. Buscamos entender a preferência do consumidor, que muitas vezes precisa de embalagens mais práticas.

# NÃO ACEITE CÓPIAS. USE JUNTA FINE, O ORIGINAL.











"Dentre as ações
de marketing,
participamos de
palestras direcionadas
ao mercado
profissional. Além
disso, os silicones
de vedação podem
ser vendidos sem
restrição."

MAURO MEDEIROS, Account Manager for Construction and Sealants da Momentive



nições; Fixa Espelho, como o nome diz, para fixação de espelho em azulejo, alvenaria, metal vidro, gesso, granito e outros; e o MS 35, de uso geral e que pode ser utilizado também na formação de juntas de pisos e paredes. Na categoria de Silicones, destaca-se a linha se silicones acéticos e neutros, sendo 100% silicone, ou seja, não é estendido com solventes que encolhem e se decompõem depois de aplicados. Segundo Matheus Giolo Romeiro, gerente de Negócio da área de Construção, os produtos Amazonas são reconhecidos no mercado pelo seu alto nível de qualidade e de inovação. "Todos os itens são fabricados no Brasil e, além de fortes investimentos em infraestrutura, que inclui tecnologia alemã, a empresa direciona constantes e significativos aportes em pesquisa e desenvolvimento, buscando sempre se antecipar às necessidades dos mercados em que atua. Como resultado, tem em seu portfólio diversos produtos pioneiros, com patentes requeridas", conta. Como qualidade é questão essencial, uma preocupação do Grupo Amazonas é fazer com que os adesivos e selantes tenham excelente rendimento e eficiência. Para isso, a indústria prioriza os materiais nobres, empregando o que há de mais moderno na indústria química, sem perder de vista a sustentabilidade do produto. "Diversas ações são colocadas em prática com o objetivo de fortalecer a marca perante os diversos públicos consumidores e aumentar o giro dos produtos nos pontos de venda. Uma das ações que pode ser destacada é a produção de vídeos de aplicação de cada item para facilitar o uso e difundir os benefícios de cada produto.

#### LOCTITE

A Loctite, empresa de adesivos de alta performance, traz uma novidade ao mercado de colas instantâneas: a Loctite Super Bonder Perfect Pen. A marca desenvolveu a embalagem em formato de caneta, que permite ao consumidor maior precisão e limpeza durante a aplicação. Produzida em Itapevi (SP), a Loctite Super Bonder Perfect Pen tem fórmula em gel e oferece diversos benefícios ao consumidor, entre eles aplicação na dosagem certa, devido a um sistema sensível a pressão que facilita a aplicação da quantidade adequada, evitando desperdício; tampa com pino antientupimento e toque macio da caneta emborrachada. A Super Bonder Perfect Pen pode ser utilizada em diferentes tipos de materiais, como porcelana, borracha, madeira, metal, couro e plástico. "Lançamos Super Bonder Perfect Pen com a intenção de trazer mais uma opção para o mercado de colas instantâneas. Queremos atender às necessidades dos consumidores que necessitam de uma aplicação que seja mais limpa, prática e rápida", explica Paula Gonçalves, gerente da marca Loctite. Com o novo produto, a Loctite espera aumentar sua penetração no mercado e oferecer aos consumidores uma versão de cola instantânea que garante aplicação mais precisa. "Com base em pesquisas internas referentes às necessidades do consumidor, observamos que há pessoas que não têm facilidade para manusear a cola em tubo. Agora, com Loctite Super Bonder Perfect Pen, esse público pode fazer diferentes reparos de forma precisa, limpa e segura", destaca Paula.

#### **MOMENTIVE**

A Momentive é uma fabricante mundial de silicone com 31 fábricas pelo mundo. É a empresa que fabrica os sili-





"Quem compra da Tekbond está adquirindo produtos com procedência comprovada, de uma empresa com certificações ISO 9001 (processos) e 14001 (gestão ambiental)."

RODNEY ZACHARIAS, gerente nacional de Vendas da Tekbond

cones do tipo GE. Atende ao mercado de construção civil com silicones de vedação e com silicone estrutural para colagem de vidros. O silicone possui vedação neutra e acético em cartucho, com monocomponente em cartucho, salsichas e bicomponentes em tambores. De acordo com Mauro Medeiros, Account Manager for Construction and Sealants, o silicone estrutural GE SSG4600 é o único silicone estrutural no mercado que não usa primer em nenhuma aplicação, tem ótima adesão a qualquer substrato envolvido no processo de pele de vidro e adesão a partir de três horas, o que dá segurança e agilidade ao processo. "Dentre as ações de marketing, participamos de palestras direcionadas ao mercado profissional. Além disso, os silicones de vedação podem ser vendidos sem restrição, já o estrutural apenas mediante apresentação e aprovação do projeto pelo time técnico da Momentive", comenta.

#### **PULVITEC**

A grande novidade nesse segmento, lançado pela Pulvitec no final do ano passado, foi a linha Polystic Eco Selantes, que possui a mesma função dos silicones nas aplicações em banheiros, cozinhas, em selagem de metais, concreto, alvenaria, pedra, mármore, granito etc. Segundo Arley Pereira, diretor Comercial, os Polystic Eco Selantes são a última palavra em tecnologia no mercado brasileiro. Os silicones acéticos possuem um odor característico quando curam, parecido com vinagre, que pode perdurar em ambientes fechados por dias. Já os Polystic Eco Selantes não possuem odor.

"Outro grande diferencial desta linha em relação aos silicones comuns é a capacidade de os Eco Selantes serem pintáveis. A tecnologia de fabricação dos Eco Selantes é totalmente limpa, de forma a causar o menor impacto possível ao meio ambiente. É um produto muito mais seguro para ser utilizado nas residências em reformas e reparos, uma vez que sua composição é muito mais amigável que a dos silicones convencionais", diz Pereira. Em relação à disposição na hora de vender, os Polystic Eco Selantes devem ser colocados ao lado dos silicones convencionais, onde o consumidor poderá analisar as vantagens descritas em suas embalagens. "Desenvolvemos embalagens diferenciadas para estes produtos, em rótulos sleeve de coloração verde de diversos tons, que remetem à ecologia", conclui Pereira.

#### SIKA

Em destaque para o segmento, a Sika tem uma ampla linha de selantes de silicone de cura acética e de cura neutra. A marca procurou segmentar sua linha de silicones de forma mais simples, com quatro produtos posicionados por aplicação. Trata-se do Sikasil BR, um silicone acético multiuso que não contém solventes e pode ser usados em vidros, cerâmicas, azulejos, louças sanitárias e alumínios; o Sikasil® Pro, um selante de alta performance de cura neutra; o Sanisil® BR, um selante de cura acética que protege contra a formação de fungos e mofos, e o Sikasil® Piscinas, um selante de alta performance de cura neutra que deve ser aplicado em áreas imersas em água ou úmidas, como chuveiros, piscinas, ofurôs, saunas, salas de banho, entre outros. "A Sika analisa a opinião dos seus clientes, investindo continuamente no desenvolvimento de novas e avançadas soluções, uma busca contínua da inovação e de crescimento. Na empresa, a capacitação de todos os envolvidos no segmento da construção civil é primordial. Dispomos de uma Unidade Móvel de Treinamento que roda



"A melhor maneira de apresentar os produtos PowerVed e PowerBond é mantê-los em destaque dentro de sua categoria na loja e posicionando-os como uma solução de qualidade, porém como alternativa mais econômica."

GERALDO SOUTO, diretor Comercial da Sim Ferragens LANCANENTO

# inha Gelo































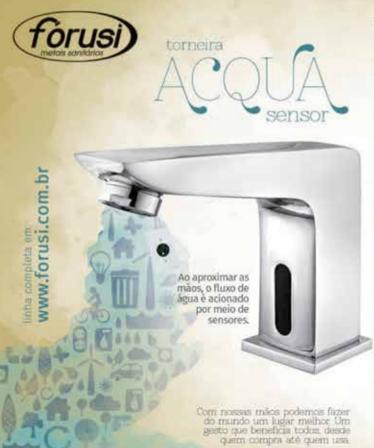








www.radial.ind.br | sac@radial.ind.br | f 8 in a radial.ind.br



Se uma contribui para o meio ambiente, a outra, também!



todo o Brasil oferecendo treinamentos gratuitos sobre as tecnologias e soluções da empresa para o mercado consumidor", comenta Wadson Marques, coordenador de Selantes e Adesivos da Sika Brasil. Ele ainda ressalta que é necessário planejar os setores dentro da loja, ter uma equipe capacitada e oferecer produtos corretamente de acordo com a necessidade do consumidor, como pontos chave para a exposição dos revendedores. "A lógica da exposição dos produtos pode ser definida de acordo com diferentes fatores, como base do produto, finalidade e aplicação. No caso dos silicones, por se tratar de um produto de fixação e vedação, recomendamos posicioná-los próximos aos produtos de colagens, peças sanitárias, piscinas, esquadrias".

# 1. Produtos ThreeBond 2. Produtos Vedacit 3. Produto Vonder 4. Produtos Weber 3

#### **SIM FERRAGENS**

Os produtos em destaque na linha da SIM Ferragens são os Silicones PowerVed, Adesivo Instantâneo Power-Bond e o PU Construção PowerVed. O maior diferencial nos produtos é a relação custo-benefício do mercado. A marca entrega produtos de qualidade, que oferecem a tranguilidade para o revendedor trabalhar e, ao mesmo tempo, através de um preço competitivo, permite que ele tenha uma margem de lucro maior. A SIM Ferragens também está investindo em feiras como a Feicon, Feira do Mármore e Granito, Fimma e Formóbile, mas o principal trabalho de divulgação é o dos representantes, que atuam em todo território nacional apresentando e treinando tecnicamente os clientes com a linha de produtos. A melhor maneira de apresentar os produtos PowerVed e PowerBond é mantê-los em destague dentro de sua categoria na loja e posicionando-os como uma solução de qualidade, porém como alternativa mais econômica às marcas mais caras de qualidade equivalente.

"Plastipegante®
Massa é à base
d'água, inodoro e
não produz resíduos
aéreos, portanto
pode ser utilizado
nos mais diversos
e complexos
ambientes."

FANNY SBRACCI, gerente técnica Comercial e Marketing da Texsa



#### SOLUFIX

A Solução Adesivos e Selantes da Solufix trabalha com produtos para diversos segmentos, visando a qualidade dos seus produtos e rendimento para os profissionais que os utilizam. Hoje, além dos tradicionais silicones acéticos, neutros e espumas de poliuretano, a Solufix lança uma linha de produtos para colagem que dispensa a utilização de fixação mecânica, ou seja, pregos, parafusos ou até mesmo fitas dupla-face.

A Solução Selantes está trabalhando também com uma opção de Private Label, oferecendo aos clientes a oportunidade de comprar produtos com garantia e qualidade, porém, com suas marcas estampando os produtos. Os produtos têm como principal característica a qualidade e rendimento, visando uma vedação ou fixação em longo prazo, ou seja, que os produtos possam oferecer alto rendimento e desempenho, funcionando, assim, por anos, sem rachar, ressecar ou amarelar, como nos casos dos selantes. A Solufix está focada em aumentar a visibilidade no PDV. Foram desenvolvidos materiais como banners e expositores para que a marca esteja cada vez mais presente e visível para o cliente final. Ela também está realizando um grande trabalho de treinamento com os clientes, a fim de que eles conheçam cada vez mais os produtos que são distribuídos e suas principais características.

#### **TEKBOND**

A Tekbond possui um mix com mais de 500 produtos, como, por exemplo, travas químicas, silicones, tintas e fitas adesivas e a linha de cianos (adesivos instantâneos). Na linha de adesivos, o destaque é o Tekbond 793, adesivo valorizado no mercado da construção.

Ainda neste segmento, outros destaques são os silicones

### Uma nova forma de colagem para construção





#### Espuma adesiva universal

BLOCO CELULAR, SUPORTE PARA PIAS E CUBAS E PAREDES INTERNAS



ISOLAMENTO E REPAROS



ESPUMA ADESIVA TYTAN **TECNOLOGIA DO FUTURO** 





**ELEMENTOS DECORATIVOS** 



ESCADAS, PINGADEIRAS E SOLEIRAS





Drywall e painėis estruturais

Elementos decorativos Pingadeiras e soleiras

Paredes

internas

B TYTACK

40

lineares

= metres

Aplicação com pistola

SELENA.

CONDIÇÕES ESPECIAIS **DE LANCAMENTO** 



Aplicação manual pronta para uso









Forca de adesão: 500 kg/10cm2



#### Selena Sulamericana

Rua Carneiro Lobo, 468 - 6º andar Aqua verde - Curitiba/PR Tel: 41 3026 0306 - vendas@selena.com



www.60segundos.tytanpro.com.br

acéticos, neutros e à base d'água, as espumas expansivas, o PU, a veda-calha, as fitas adesivas e a tintas spray. Além disso, desde março deste ano, a linha de adesivos epóxi Araldite também passou a fazer parte do portfólio de produtos.

Para Rodney Zacharias, gerente nacional de Vendas da Tekbond, falar em qualidade parece batido, mas é necessário quando se fala da marca. "Quem compra da Tekbond está adquirindo produtos com procedência comprovada, de uma empresa com certificações ISO 9001 (processos) e 14001 (gestão ambiental). Os produtos são desenvolvidos em laboratórios hipercapacitados, no Brasil e no exterior, e chegam ao mercado com preço justo e excelente relação custo-benefício. Tudo isso faz parte de uma estratégia de relacionamento com o cliente que se estende até o atendimento oferecido em nosso SAC", comenta. Além disso, a empresa pensa em diferenciais para atender às necessidades de seus clientes. Por exemplo, oferece a única embalagem com adesivo da cor real do produto e a Super Cola 3×1 g, criada para eliminar o desperdício das colas instantâneas em embalagens de alumínio, e toda a linha de tintas em aerossol possui bico anatômico. "Temos muitas ações preparadas para o mercado, mas não podemos revelar as novidades no momento. O que podemos destacar agora é o trabalho muito bem-feito pelo trade da Tekbond, que vem expondo nossos produtos de maneira exemplar no ponto de venda, conquistando, assim, a atenção do consumidor no ato da compra", afirma Zacharias.

#### **TEXSA**

A Texsa destaca o Plastipegante® Massa, um asfalto elastomérico fornecido pronto para o uso, enriquecido com elastômeros e aditivos especiais desenvolvidos especialmente para a aderência a frio de mantas asfálticas em quaisquer substratos. De acordo com Fanny Sbracci,

"Presente em mais
de 24 países, a
ThreeBond possui
centros de pesquisa e
desenvolvimento que
trabalham para que os
seus produtos tenham
a mais alta tecnologia e
qualidade."

ALEXANDRE IVAN GUERCOV, gerente Comercial da ThreeBond



gerente técnica Comercial e Marketing, a Plastipegante® Massa é desenvolvida para colagem e adesão de mantas asfálticas nas mais diversas e complexas situações, especialmente para ambiente confinados ou ambientes cujo uso de maçarico ou asfalto quente seja considerado inadequado ou contrário às normas de segurança do trabalho. "Tem como vantagem segurança em ambientes confinados, por tratar-se de produto à base d'água, inodoro e que não produz resíduos aéreos, pode ser utilizado nos mais diversos e complexos ambientes confinados sem quaisquer danos à saúde do instalador", afirma.

#### THREEBOND

A ThreeBond, multinacional japonesa de adesivos e selantes, possui um extenso portfólio de produtos, que atendem às mais diversas necessidades do consumidor. Na linha Consumo, destacam-se os adesivos instantâneos ThreeBond Super 1000, ThreeBond Super Gel, ThreeBond Super Multiuso e o selante de silicone flexível ThreeBond Flex Silicone. Este é indicado para aplicação em box de banheiro, cubas, bacias sanitárias, pias, tanques, esquadrias, janelas e calhas. O produto também contém antimofo, o que não altera o seu aspecto incolor, e está disponível nas embalagens de 50 g e 260 g. Para Alexandre Ivan Guercov, gerente Comercial, a Three-Bond preza pela qualidade de seus produtos. "Presente em mais de 24 países, possui centros de pesquisa e desenvolvimento que trabalham para que os seus produtos tenham a mais alta tecnologia e qualidade. Além disso, a empresa destaca o fato de vender não apenas produtos, mas também soluções para diferentes segmentos de mercado", reitera. Com o intuito de padronizar todas as embalagens e causar um maior impacto nos pontos de venda, a ThreeBond vem nos últimos anos alterando a identidade visual dos produtos da linha consumo e, mais recentemente, também da sua série de silicones. A marca investe no lançamento de novos produtos a fim de aumentar o seu portfólio de produtos e atender às necessidades do mercado. Materiais de apoio e de pontos de venda, como fitas clip strip, displays de chão e de balcão são fornecidos à equipe comercial e revendedores de todo o Brasil para auxílio no momento de apresentação dos produtos e sua exposição. "Campanhas de vendas com representantes e balconistas de grandes revendas e centros de distribuição também são realizadas constantemente, além da participação em feiras e eventos realizados por alguns clientes, com a distribuição de brindes e amostras de produtos. Além disso, é importante que os produtos estejam bem expostos no PDV e em pontos estratégicos", destaca Guercov.

### CHEGOU A MELHOR FECHADURA DO MERCADO







A **Linha Classic 4000** foi projetada com matéria prima de alta performance e design inteligente. A sua caixa blindada garante resultado surpreendente mesmo em condições de uso extremas.

Com uma testa de 3mm de espessura, somada a robustez do trinco e da sua lingueta, o conjunto da 4000 se tornou uma máquina de 55mm para tráfego intenso imbatível.



TESTA COM 3mm

CAIXA **Blindada** 

FÁCIL Instalação CILINDRO MONOBLOCO DE LATÃO MACIÇO (YALE) **81mm** Para Portas De até **60**mm



EXTERNA, INTERNA, BANHEIRO E PIVOTANTE Roseta Quadrada e redonda

30.000 SEGREDOS DIFERENTES (YALE) stam.com.br | SAC 0800 024 1020







#### TYTAN

Na linha de Adesivos Profissionais, a Tytan lançou este ano, durante a Feicon, a Espuma Adesiva Universal TY-TAN 60 segundos. Trata-se de um adesivo em formato de espuma de PU, que não expande e possui força de adesão de 500 kg/10cm2 na maioria dos materiais de construção com alta performance, principalmente em materiais porosos. Jeferson Souza, gerente de Marketing e de Produtos da Selena sul-americana, explica que se trata de um novo conceito na linha de colas e adesivos no mercado brasileiro. Produzido na Polônia e adaptado ao clima e umidade brasileiros, a espuma adesiva vem para substituir os adesivos convencionais de cartucho. "Na implementação deste novo produto, estamos com foco em profissionais com campanhas exclusivas do lançamento, bem como em ações de fidelidade para distribuidores e lojistas, além dos treinamentos e vídeos promocionais e vídeos técnicos em nosso canal do YouTube", afirma. A Tytan tem um perfil de apresentar soluções para o profissional, e o foco é desenvolver uma parceria duradoura com o lojista, oferecendo todo suporte técnico necessário com um canal direto entre o balconista e a assistência, além de vendedores e representantes preparados para realizar treinamentos e sanar as principais dúvidas do dia a dia. "Além do atendimento, o revendedor Tytan conta com uma marca reconhecida por sua qualidade elevada e produtos inovadores. A loja também pode contar com nosso material promocional de wobbler, catálogos, expositores, banners e amostras de produtos aplicados para auxiliar nas vendas aos usuários finais", conclui Souza.

#### VEDACIT

O Silicone Vedacit descarta a utilização da pistola, aumentando a precisão e controle de vazão na hora de selar quinas e juntas. O formato da embalagem possibilita a aplicação em diversas situações, como aquários, espelhos, automóveis, fachadas de vidro, box, pias, vidros, metais, mármores, cerâmicas e qualquer superfície vertical e horizontal que tenha junções (exceto concreto). A secagem é rápida (caso seja necessário fazer alguma correção tem que ser feita em até 10 minutos), possui alta resistência depois de aplicado (pode ser exposto a temperaturas entre - 65°C e 218°C) e garante a utilização em ambiente externos e internos. De acordo com Bruno Pacheco, gerente de Produtos da Vedacit, outra vantagem do Silicone Vedacit é muito mais economia, pois é possível utilizá-lo mais de uma vez, já que a embalagem não permite a entrada de ar (que endurece o produto, inutilizando-o), além do que extrai 100% do

# **SAINT-GOBAIN** anuncia aquisição da **TEKBOND**

O Grupo Saint-Gobain reforça sua presença no mercado brasileiro e anuncia a aquisição da Tekbond, especializada na produção e na importação de produtos adesivos, colas instantâneas, selantes, travas químicas, silicones, entre outros, para o segmento de construção civil, industrial, artesanato, moveleiro, automotivo e de consumo. As linhas de produtos serão integradas à atividade de Materiais de Alta Performance do Grupo. No setor de Abrasivos e Selantes, esta é a segunda operação realizada pelo grupo este ano. Em fevereiro, foi anunciada a compra da Adespec. É também a terceira aquisição do grupo em 2017, considerando outros segmentos, e está em linha com a estratégia da Saint-Gobain de ampliar seus ativos industriais no Brasil. Com marcas voltadas para a indústria e também para o consumidor final, a Tekbond é a segunda maior empresa no segmento de adesivos do País. Seu portfólio é complementar ao da Saint-Gobain e colabora com a oferta de soluções em segmentos de forte atuação da empresa. De acordo com Thierry Fournier, presidente da Saint-Gobain para o Brasil, Argentina e Chile, somada às outras seis operações realizadas desde 2016, essa aquisição vai ao encontro da estratégia da empresa em continuar investindo e apostando no mercado brasileiro. A operação ainda aguarda aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).

produto que está dentro da embalagem, uma vez que a tecnologia de envaze é por meio de pressurização e não através de gás aerossol. "O Compound Adesivo é um adesivo estrutural base epóxi. Apresenta excelente desempenho nas colagens dos mais diversos materiais empregados na construção civil, como concreto, ferro, madeira e pedra. Oferece ótima resistência à água, ao

óleo, à graxa e ao meio agressivo. Está disponível em lata de 1 kg", detalha ele. Pacheco salienta ainda que o principal diferencial do Silicone Vedacit está na aplicação, pois é o único do mercado a vir com o aplicador, o que aumenta a precisão e o controle de vazão. Outra vantagem é a economia, pois a embalagem não permite a entrada de ar o que possibilita a utilização em mais de uma ocasião. "O Compound Adesivo tem alto rendimento e excelente aderência a vários tipos de substratos, sendo indicado para colagem, mesmo entre si, de concreto, ferro, madeira e pedra, além do que pode ser aplicado em superfícies úmidas", conta. A Vedacit está realizando uma campanha de vendas nacional com materiais promocionais para expôr nos pontos de venda dedicados nas lojas pelo Brasil, "Pretendemos preferencialmente trabalhar com os produtos não apenas na gôndola natural e/ou atrás do balção. Uma forma de apresentar e com ótimos resultados é expor os produtos na parte da frente da loja ou em outros espaços fora da gôndola natural através de expositores, conhecido como cross category, com isso o revendedor explora a compra por impulso por parte do consumidor", conclui.

#### **VONDER**

A Vonder tem uma linha diversificada e bastante expressiva em itens como adesivos, vedantes e lubrificantes. São produtos e acessórios que facilitam as aplicações em diversas atividades profissionais, ideais para segmentos como Embalagens, Indústria, Construção Civil, entre outros, e, por isso, figuram na lista dos que têm utilidade garantida e grande giro no ponto de venda. Entre os mais recentes lançamentos da linha estão os novos adesivos instantâneos e adesivos anaeróbicos. Os novos produtos são ideais para colagens que necessitam de alta velocidade de cura em materiais como compostos de borracha, neoprene, EVA, entre outros, disponíveis em embalagem de 20 g e 100 g. Já os adesivos anaeróbicos garantem alta eficiência e resistência na colagem de peças, rolamentos e travamentos de roscas, impedindo corrosões e vazamentos nos conjuntos de fixação, estando disponíveis na linha automotiva e também industrial, atendendo às necessidades específicas desses nichos de profissionais. Como suporte de divulgação desses produtos mais funcionais e que atendem às necessidades de uma ampla variedade de público, a Vonder divulga constantemente em suas redes sociais vídeos que demonstram a facilidade e múltiplas funcionalidades do seu mix, dentro do conceito de apresentar a sua amplitude, composto por ferragens, ferramentas, máquinas, equipamentos e muito mais.

#### WEBER

A Weber destaca na linha de Adesivos e Selantes a Cola PVA Multiuso Quartzolit e o Silicone Acético Cozinhas e Banheiros Quartzolit. Os produtos seguem rigorosos critérios de qualidade para atender o desempenho oferecido. "Nossa cola PVA é do tipo Extra e garante colagens de alto desempenho, e o silicone acético evita a formação de fungos e garante alta aderência em superfícies expostas à umidade" diz Gisele Soares, chefe de produto da linha impermeabilizantes e produtos técnicos da Weber. As ações de marketing estão voltadas aos pontos de venda de todo o Brasil para apresentar a linha de Adesivos e Selantes aos clientes e mostrar a qualidade e diferencial desses produtos. Os materiais de comunicação desenvolvidos auxiliam o consumidor a escolher o produto mais adequado.





esenvolver o ponto de venda (PDV) é crucial quando o objetivo é criar valor para a indústria de tintas. Nesse sentido, há de se considerar três fatores: 1) gerenciamento por categorias de produtos; 2) comportamento do comprador; e 3) estratégias e execuções na loja.

No que diz respeito ao primeiro item, as categorias de produtos devem ser tratadas como unidades de negócios e suas customizações devem, acima de tudo, satisfazer as necessidades do consumidor. Nessa gestão estratégica, as parcerias comerciais entre fabricante, distribuidor (ou varejista) e comprador são fundamentais para maximizar as vendas e o lucro. Todos saem ganhando: o fabricante promove lealdade ao entregar mensagens-chave de sua marca; o revendedor ou lojista eleva sua participação no mercado e aumenta suas vendas; o consumidor ganha mais inspiração para redecorar com cores e adquire mais confiança para escolher a melhor solução para cada necessidade, graças a uma melhor experiência de compra.

A AkzoNobel possui experiência no desenvolvimento de projetos de gerenciamento por categorias em parceria com distribuidores e lojistas de diferentes perfis ao redor do mundo. Dentre nossos diferenciais estão: a disposição para trabalhar em conjunto, o conhecimento do consumidor – sustentado em estudos e pesquisas realizados no Brasil e muitos outros países –, as capacidades analíticas e a presença global.

Ainda nesse âmbito, é importante levar em conta: oferta de produtos ou sortimento; layout e merchandising; comunicação e experiência no PDV; promoções; preço; e serviços e operações. Tais aspectos são ferramentas para pôr em funcionamento as três grandes alavancas de crescimento da categoria: penetração (aumento da base de consumidores, estímu-

lo ao uso da tinta como elemento de decoração), valor (aumento da cesta de produtos, incentivo à troca por melhores soluções ou incentivo ao uso de cores) e frequência de compra (novas ocasiões e promoções).

A fim de elevar penetração e frequência, a experiência de compra deve ser simplificada ao máximo: o consumidor deve ser informado ou lembrado sobre as boas razões para pintar e deve ter acesso a exemplos, sugestões e ideias para transformar sua casa ou seu local de trabalho. Para aumentar valor, o cliente deve ser estimulado a pintar um cômodo a mais, ser auxiliado na seleção das cores, ser alertado sobre as diferenças qualitativas dos produtos e, ainda, ser orientado a adquirir itens complementares, como massas, fundos, pincéis e rolos.

O comportamento do comprador é outro ponto que merece aprofundamento. Comprar tinta é um processo que demanda grande envolvimento funcional e emocional: o receio associado aos riscos de aborrecimentos e prejuízos, o desconhecimento acerca do produto mais adequado, a indecisão quanto à cor, a expectativa em torno do resultado... É uma jornada complexa e frequentemente interrompida: 26% de todos aqueles que pensaram em pintar suas casas no Brasil nos últimos 12 meses desistiram em algum estágio antes da aplicação da tinta, e a desistência é maior durante a fase de planejamento, quando o trabalho e/ou os gastos se tornam mais evidentes.

Tinta, vale frisar, não é um bem de consumo frequente. As pessoas não adquirem o produto com regularidade (levase, em média, de quatro a seis anos para renovar a pintura de um cômodo) e não estão tão familiarizadas com a categoria (opções disponíveis, características, benefícios). Todas as vezes em que elas saem com esse intuito

ocorre uma nova experiência. Em cada ocasião, elas precisam reaprender boa parte do processo. A conclusão é esta: a loja tem papel fundamental para tornar esse momento menos traumático. Por tudo que foi colocado, as ativações na loja fecham o ciclo de criação de valor para a indústria de tintas. No PDV, a categorização e a segmentação da oferta de produtos devem ser bastante claras e executadas com foco no consumidor. Além disso, elas devem ser otimizadas. É preciso dar ao comprador o nível correto de variedade. Porém, se há opções em excesso, ele pode ter dificuldade para escolher. Variedade é importante, mas não em demasia. É preciso atentar para as necessidades do comprador em cada etapa do caminho de compra e atuar de modo a evitar desistências. Na fase de inspiração e busca por informações, o lojista deve oferecer ideias e disponibilizar

materiais de comunicação – imagens de cômodos decorados com cores são sempre bem-vindas. Já na avaliação de alternativas, a equipe de vendas deve estar treinada para orientar sobre os melhores produtos para aquele determinado trabalho.

Não é extremamente caro investir na implementação de um bom ponto de venda. Todavia, o mais relevante é a disposição para buscar informações, entender o que está acontecendo, identificar as oportunidades reais e fazer algo. O maior investimento é analítico, em entender quais são as oportunidades e questões a partir dos dados existentes e da observação do comportamento do comprador na loja para, então, promover o crescimento da categoria.

\* Renato Panzuto é gerente de Trade Marketing da AkzoNobel Tintas Decorativas, detentora da marca Coral





á dez anos, o Grupo Roca iniciou o projeto EcoRoca, que hoje é implantado nas 77 fábricas do grupo em todo o mundo. E o grande beneficiário é o meio ambiente. Só no Brasil, 100% dos resíduos gerados em seus processos produtivos são reciclados.

Se para algumas empresas a economia de água está vinculada à crise hídrica, para outras é uma questão cultural. Mesmo antes dos problemas relacionados à recente escassez de água, que ainda preocupa a região Sudeste do País, e historicamente é uma realidade nas regiões Norte e Nordeste, indústrias do segmento de construção civil já investiam em sistemas de reúso de água.

Desde 2007, o Grupo Roca aplica processos que priorizam o reúso e reciclagem de 100% dos resíduos gerados em seu processo produtivo. Pioneira no Brasil e nas operações do grupo no mundo, a Roca implantou, há dez anos, nas fábricas de louças sanitárias no Brasil, o projeto EcoRoca, um modelo de gestão replicado mundialmente nas demais 77 fábricas do Grupo Roca.

O projeto contempla o reaproveitamento dos resíduos gerados no processo produtivo, além de otimização e melhorias no processo que reduzem significativamente os impactos ambientais, visando à redução do consumo de água e recursos energéticos, minimização e reaproveitamento dos resíduos e o controle e monitoramento das licenças ambientais. Levantamentos constantes apontam o sucesso dessa iniciativa. Desde sua implantação, o projeto já reduziu em 45% o volume de água utilizado no processo produtivo, o que significou a economia de mais de 1 milhão de metros cúbicos de água (1 bilhão de litros). Esse volume, por exemplo, seria suficiente para suprir o consumo mensal de água de 80 mil residências, com até quatro pessoas, considerando o consumo de 110 litros de água por dia, por pessoa, conforme dados da ONU, em 2010.

#### COMO FUNCIONA

No que diz respeito ao consumo de energia, a redução chega a 22%. Por meio de um sistema de recuperação do calor dos fornos na queima das peças cerâmicas, foi possível reduzir o consumo de gás natural nos processos de secagem, além de obter água quente para os chuveiros dos vestiários e cozinhas industriais.

Já para diminuir o consumo dos recursos naturais, foi implantado um sistema de coleta e tratamento dos resíduos gerados na limpeza de pisos e utensílios. Após o tratamento por meio de um processo desenvolvido pela Roca –, esses resíduos são

reprocessados e voltam a ser utilizados como parte da matéria-prima.

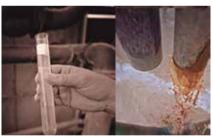
Na área ambiental, a Roca instituiu um departamento responsável por ações específicas voltadas para todas as áreas da empresa, como: orientação para produção sustentável, avaliação de fornecedores e realização de treinamentos internos e externos, incluindo a comunidade.

A prática desses conceitos representa uma economia de 22% no consumo energético, 87% no reaproveitamento dos resíduos, redução de 45% no consumo de água e 100% no reaproveitamento da matéria-prima das louças.















### ANTIVAZAMENTO CENSI. **ECONOMIA QUE FAZ A** DIFERENÇA PARA VOCÊ.

Com o mecanismo Antivazamento da Censi, você pode dar fim ao desperdício de água no banheiro. Ele é compatível com todos os modelos de caixas acopladas do mercado e é ideal para residências, casas de praia, hotéis e estabelecimentos comerciais.





#### **EVITA VAZAMENTOS**

Exclusivo sistema que detecta e bloqueia vazamentos



#### **PORCA RAPIDA**

Exclusiva porca com engate rápido, fixa sem ferramentas



#### FÁCIL DE INSTALAR

Não precisa desmontar a caixa acoplada



#### RESISTENTE E DURAVEL

Suporta alta e baixa pressão de água

Conheça nossa linha completa:

www.censi.com.br



censisistemas

Rua Bahia, 4385 - Salto Weissbach CEP 89032-000 - Blumenau - SC +55 47 3331-0500 - vendas@censi.com.br



Sistemas hidrossanitários

#### COM A PALAVRA...



#### CONCEITO

"O programa de eficiência produtiva introduzido nas fábricas para conseguir gerar zero waste, reaproveitar e valorizar todos os subprodutos de nossos processos produtivos está vigente há mais de uma década. Mais do que um programa de redução de custos, é uma filosofia de produção do Grupo Roca focada em não deixar nenhum impacto de nossos processos, em respeito ao meio ambiente."

PAUL ABELLO, Presidente Roca Brasil e América Latina

#### INÍCIO

No início dos anos 2000, um grupo responsável pela gerência técnica das fábricas de louças sanitárias abraçou o desafio de tornar as plantas industriais da Roca Brasil sustentáveis. Para isso, usaram os seus conhecimentos técnicos para



implementar melhorias. Dessa forma, reduziram drasticamente o consumo de recursos naturais e os custos para descarte de resíduos que eram recorrentes na indústria cerâmica. Diante da ausência de experiências semelhantes no segmento, todos os processos foram criados internamente e implantados gradativamente. Assim foi criado o conceito de zero waste nas fábricas brasileiras da Roca. Desde 2007, o EcoRoca consolidou-se como um dos pilares da política sustentável do Grupo Roca e passou a ser responsável pela gerência dos recursos naturais e energia em todo o processo de fabricação, objetivando o maior reaproveitamento ou desperdício zero."

FRANCISCO CINO, diretor Industrial da Roca Sanitários Brasil

#### E NAS VENDAS

"A preocupação, cada vez maior, em adquirir produtos sustentáveis não se resume apenas na economia de água oferecida por mecanismos restritores, algo mais comum no segmento. Empresas que implantam processos que vão além dos estabelecidos pela legislação ganham relevância além dos muros das fábricas. Na Roca, os produtos ecologicamente corretos oferecidos tornam-se ainda mais atrativos porque os preços praticados estão nos mesmos níveis dos itens convencionais. considerando os segmentos de cada uma das marcas Roca, Laufen, Incepa e Celite.

SÉRGIO MELFI, diretor Comercial e de Marketing da Roca Sanitários Brasil





# Aumente o seu lucro com os produtos da empresa de adesivos que mais cresce no Brasil

Fique colado nas oportunidades de uma empresa que oferece mais de 500 itens diferentes que atendem aos segmentos de construção, indústria, automotivo, moveleiro, calcadista, artesanato e consumo.

Vem crescer com a Tekbond!



# A Fala Cite AGORA, A MARCA DE EPÓXI LÍQUIDO MAIS CONHECIDA DO BRASIL FAZ PARTE DO PORTFÓLIO DE PRODUTOS DA TEKBON

DO PORTFÓLIO DE PRODUTOS DA TEKBOND.





# Do **Brasil** para a **Espanha**

Ao se tornar a maior fabricante de produtos para salas de banho no mundo, a marca se fortaleceu e hoje se destaca como fabricante internacional de produtos diversificados

ampo Largo, Paraná – Antes importadora, hoje, a grande exportadora. O Grupo Roca, detentor da marca Incepa, completa, em 2017, 100 anos de história e tradição. Tudo começou em 1917, na cidade de Gavà, na região de Barcelona, na Espanha, onde nasceu a Compañia Roca Radiadores, fundada por dois irmãos.

A empresa emprega 22.200 colaboradores e possui 78 fábricas, com presença em mais de 170 mercados nos cinco continentes. E para celebrar o atual marco da companhia, o Grupo Roca e Incepa lançaram no mercado porcelanatos em grande formato fabricados totalmente no Brasil, de 0,80 × 1,20m, com espessura de apenas 7 mm. De acordo com Bruno Borer, diretor Comercial de Revestimentos do Grupo Roca, todas as conquistas se devem ao fato da perseverança da marca em continuar investindo em produtos de qualidade. "Dez anos atrás, nós importávamos da Espanha. Hoje nós é que exportamos para eles", conta.

Ele ainda diz que os porcelanatos novos trazem inúmeras vantagens e propõem um uso mais racional da matéria-prima, facilitando o manuseio, a instalação, o transporte e diminuindo a área de exposição do rejunte. Outro destaque do grupo é a tecnologia Continua+, que utiliza uma supercompactadora para produzir os revestimentos em lâminas contínuas. O resultado são revestimentos em grandes formatos, com extrema resistência, qualidade e acabamento perfeito.



#### FABRICANDO OS PORCELANATOS

O processo de fabricação é feito desde o refinamento da cerâmica até a entrega do porcelanato final, passando por várias etapas, como aplicação da tonalidade e do esmalte, resfriamento, aquecimento em forno de alta temperatura e checagem.

E a maior vantagem desse estilo de fabricação oferecido pela tecnologia Continua+ é que se reduz potencialmente o consumo de recursos naturais, principalmente de zircônio, material extremamente escasso, encontrado em apenas duas minas no mundo.

"Todo o material que não é aproveitado é reutilizado de alguma forma no processo de reuso do recurso e distribuído a empresas parceiras que conseguem processar o que não é aproveitado, fazendo disso um ciclo 100% sustentável", afirma Borer. Com a tecnologia Continua+ é possível não só reduzir o uso do material como também o consumo de energia. O moinho contínuo de dois estágios utiliza apenas 1/3 da energia elétrica utilizada por moinhos descontínuos, necessários à produção da mesma quantidade de massa.

Ela ainda resulta em maior economia de água no processo de fabricação, pois não é necessária a limpeza do equipamento a cada mudança de massa. A tecnologia utiliza uma sequência lógica de alimentação de matérias-primas, depositando as camadas sistematicamente para reprodução da estética desejada, sem que haja pausa na linha de produção, processo que também diminui o consumo de energia elétrica.

\*O repórter viajou a convite do Grupo Roca

# CANDOSSIM & CABANA E DESIGN NO VAREJO

# realizam projeto para Home Center

A parceria inédita dos dois escritórios para deixar o trabalho completo levou a mudanças no novo local do Home Center e firmou para ambas as marcas um serviço satisfatório, com o intuito de agradar, principalmente, o cliente



Candossim & Cabana, em parceria com a Design Novarejo, inauguraram, no final de junho, o Home Center Armazém Pará, na cidade de Natal. Os escritórios abriram as portas do comércio do segmento de construção, depois de quatro meses de desenvolvimento e execução da obra. Nesse tempo foram colocados em prática os projetos de layout, comunicação visual e reforma do prédio.

Conforme sua expansão, o Home Center mudou de local, passando a ocupar o lugar de um antigo Walmart. O ambiente foi restaurado e projetado para receber a loja, o que evolui seu conceito e seus projetos, oferece um comércio completo em produtos e reúne tudo o que o cliente precisa antes e depois da construção. O sócio da Design Novarejo, Marcos Morrone, ressalta que a parceria dos dois escritórios para deixar o trabalho completo foi muito importante e que o comércio foi planejado para oferecer um autosserviço em que o acesso às mercadorias fosse facilmente localizado pelo consumidor. "Embora a loja tenha consultores de

ao que ele procura, e, em seguida, ele

poderá passar pelo caixa, de forma

"O Home Center conta com boa localização, situado na região sul da cidade, com tudo o que o cliente deseja para sua casa e com as melhores marcas do mercado. Nós apostamos muito nesse trabalho."

MARCOANTONI GADELHA, proprietário do Armazém Pará



prática e rápida. A comunicação visual e o layout que foram desenvolvidos ajudam muito nisso. Nós nos colocamos no lugar do consumidor, e, por isso, criamos uma comunicação simples e objetiva, totalmente minimalista, porque queremos que os produtos se destaquem mais do que qualquer outra coisa dentro da loja", explica Morrone.

Para o empresário e proprietário do Armazém Pará, Marcoantoni Gadelha, o objetivo é agradar o cliente, oferecendo um serviço satisfatório e com os melhores produtos para acabamento. "Estamos localizados na mesma avenida há 16 anos e resolvemos mudar para oferecer mais op-

ções e um bom atendimento. O Home Center conta com boa localização, situado na região sul da cidade, com tudo o que o cliente deseja para sua casa e com as melhores marcas do mercado. Nós apostamos muito nesse trabalho", comenta Gadelha.

Atualmente, o Armazém do Pará conta com três lojas de produtos para Casa & Construção. Esta última foi inaugurada com 7 mil m² de área construída e 3 mil m² somente de venda, atuando nos setores de jardinagem, cozinha, banheiro, utilidades, louças, metais, acessórios sanitários, material básico e muitos outros do universo da construção, acabamento e decoração.

# LÂMPADAS LED

### O desafio da fiscalização e o mercado irregular de lâmpadas LED no Brasil



barato sai caro". O popular se aplica perfeitamente ao segmento de iluminação. Ao se deparar com uma gôndola com lâmpadas e luminárias LED de especificações similares, o consumidor pode se sentir tentado a optar por aquele produto de preço mais acessível - em alguns casos extremos até abaixo do custo -, porém não imagina o que está por trás dessa "oportunidade". Diversos produtos, como lâmpadas e luminárias LED, são importados irregularmente e entram no país, na maioria das vezes, como legais, por meio de artifícios e declarações falsas prestadas por alguns importadores, como a subvaloração aduaneira, o subfaturamento (por exemplo, o produto custa US\$ 1, mas é declarado por valor inferior àquele efetivamente pago pelo importador ao seu fornecedor estrangeiro) e a aplicação de tratamento tributário/classificação fiscal manifestamente incorreto ao produto,

tributariamente mais benéfico. Essas práticas ilícitas resultam na redução indevida dos tributos incidentes sobre tais produtos e, consequentemente, na redução artificial dos preços praticados pelo importador.

Essas práticas ilegais para reduzir a carga tributária do produto não trazem prejuízos só para o fisco, mas também para toda a sociedade, e afetam a livre-concorrência no mercado de lâmpadas e luminárias LED. Isso porque empresas sérias e idôneas não têm condições de concorrer com preços artificialmente reduzidos pelo não pagamento de tributos. Além do não pagamento de tributos, alguns importadores também não cumprem normas técnicas, de qualidade e segurança dos produtos, o que pode configurar crime contra as relações de consumo.

No caso, para entrarem no país, as lâmpadas LED estão sujeitas a fiscalizações aduaneira e tributária pela Receita Federal do Brasil e, também, à anuência do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro). Os produtos devem também respeitar outras normas, tais como as da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e o Código de Defesa do Consumidor. As exigências podem variar de material para material.

Se o importador age de má-fé e declara um valor muito abaixo do real para a carga, ele possivelmente pagará tributos sobre o valor declarado (e não sobre o valor real da carga), sonegando-os. Para evitar isso, é necessário que o controle aduaneiro e tributário seja aprimorado e as autoridades saibam identificar o produto importado e seu respectivo valor.

Nesse sentido, um trabalho importante que fazemos para os clientes (alguns deles associações de classe, como a Associação Brasileira de Fabricantes e/ou Importadores de Produtos de Iluminação - Abilumi) é munir os órgãos fiscalizadores, como a Receita Federal do Brasil, de um material de suporte (laudos e elementos técnicos) para que eles possam identificar diferentes tipos de produtos e conseguir adequadamente valorá-los e classificá-los fiscalmente. Alertamos, também, as autoridades e as auxiliamos a identificar os locais de maiores riscos e incidências de tais práticas.

A respeito das lâmpadas, levantamos os reais valores pagos pelos importadores junto aos fornecedores estrangeiros, bem como levantamos o custo mínimo de tais produtos, identificando o valor de seus componentes/materiais de fabricação - como alumínio, plástico, vidro, diodo -, e calculamos o mínimo que ela pode custar. Com o apoio de diversas organizações, dentre elas a Abilumi, esse trabalho ficou menos difícil, pois criamos um material técnico, de consulta rápida e com uma linguagem acessível para os fiscais entenderem como identificar corretamente produtos, modelos, materiais utilizados e verificarem se as declarações feitas pelo importador são verdadeiras e se a classificação fiscal indicada está correta. Com esses dados, os órgãos envolvidos tornam-se mais eficientes, pois é humanamente impossível conhecer o valor de cada mercadoria que entra no País. Outro trabalho importante dos advogados foi desenvolvido junto ao Departamento de Operações de Comércio Exterior (Decex) do Ministério da Indústria, Comércio e Serviços para a criação de outros mecanismos de controle aduaneiro para lâmpadas e luminárias LED, como a solicitação de licenciamento não automático e a criação de destaques específicos para tais produtos. Esses destaques obrigam o importador a enquadrar seu produto em uma descrição mais específica, que auxilia a fiscalização a verificar os valores dos produtos importados.

Antes tínhamos um só código (Nomen-

clatura Comum do Mercosul, o NCM) para identificar a lâmpada LED e, hoje, o importador é obrigado a classificar seu produto em um dos sete destaques criados nesse NCM, o que torna a declaração do importador mais precisa e completa. O mesmo esforço está sendo dispendido em relação às luminárias, para as quais solicitamos 16 novos destaques. Todos esses subsídios visam tornar o trabalho da fiscalização ainda mais eficiente, o que é bom para o consumidor e para o mercado.

Um ponto que visa tornar esse procedimento mais ágil é o treinamento realizado com as equipes de fiscalização da Receita Federal do Brasil, que abrange todos os portos e que auxilia no entendimento a respeito das questões técnicas e parâmetros a serem obedecidos. Com isso, fornecemos elementos para que consigam bloquear muitas importações irregulares.

Desde o início da adoção de práticas de controle mais efetivas já se percebe um aumento no índice de apreensão de cargas, assim como o endurecimento da fiscalização com o crescimento no número de importações submetidas ao canal cinza, que acarretaram atrasos, perdas e multas a importadores fraudulentos.

Mais que isso, é preciso atentar também para o comércio. É importante atuar também com os grandes varejistas do setor de construção e iluminação, buscando conscientizá-los sobre os prejuízos de ter uma mercadoria que não observou as normas vigentes.

(\*) Felipe Mastrocola é advogado, sócio do escritório MMR – Mastrocola, Marcondes Rocha Advogados, e possui 15 anos de experiência nas áreas tributária e aduaneira.



# Bahtchê da CONSTRUÇÃO!



O ano de 2017 foi desafiador, mas, apesar disso, segundo os organizadores, o resultado da 20ª Construsul – Feira Internacional da Construção foi surpreendente. A estimativa feita junto aos expositores é de que o volume de negócios ao longo do evento deste ano tenha ficado muito próximo dos patamares atingidos no ano passado, que chegaram por volta de R\$ 400 milhões. A Feira Construsul se despediu da simpática cidade de Novo Hamburgo. Em 2018, retorna ao Centro de Eventos da Fiergs, em Porto Alegre. Mas o sotaque continua o mesmo!



onsagrada por lançar, divulgar e demonstrar o uso das principais inovações no segmento da construção civil, a 20ª edição da Construsul abriu as portas para uma das edições mais tecnológicas dos últimos anos, segundo Luiz Inácio Sebenello, diretor da Sul Eventos, empresa promotora do evento. Novas ferramentas tecnológicas puderam ser encontradas em praticamente todos os ambientes trazidos pelos expositores das mais variadas áreas. "O Brasil está passando por um processo de mudança, com mais interesse das pessoas pelas questões políticas. Acredito que isso será positivo para todos nós, quando passarmos por esta fase de descrença e passarmos a analisar a situação de maneira realista. As empresas estão fazendo isso e enxergando o segmento com um olhar mais realista. Estão buscando alavancar suas vendas com as possibilidades que existem hoje, com o cenário que temos atualmente no país", finalizou Paulo Richter, diretor da Sul Eventos.

#### **ADELBRAS**

Tradicional fabricante de fitas adesivas, apresentou as novidades com produtos tecnológicos e de uso profissional. A Fita Crepe Azul Imobiliária 722 foi projetada especialmente para proteção e mascaramento de pintura em áreas internas e externas, como rodapés, esquadrias, guarnições. Tem exclusiva tecnologia de barreira contra umidade e anti-UV, proporcionando máxima resistência contra umidade, solventes e exposição ao sol.

#### **BAKOF TEC**

A Bakof apresentou a Caixa Multicamada Bakof Tec. O reservatório, fabricado em volumes de 500 e 1000 litros, possui camada interna branca, que facilita sua limpeza e preserva a qualidade da água. Em sua camada externa, a Caixa Multicamada possui aditivos anti-UV, que são resistentes aos raios solares e intempéries. Além disso, o reservatório conta com tampa para vedação total contra impurezas, insetos, animais e sujeira. Outro pro-

# 







- Volante em termoplástico | Botão de emergência
- Proteção de cremalheira | Pintura eletrostática
- Rodas de alta resistência | Trava do tambor por pedal
- Tambor estampado | Cavalete reforçado
- Pás de mistura removíveis

# **CAMPEÕES DE VENDAS**

Produtos disponíveis nas melhores lojas do ramo!











Conheça todos os nossos produtos em:

















#### REVISTA REVENDA

Durante a 20ª Construsul, o Grupo Revenda apresentou um projeto revolucionário para pequeno e médio varejo. Trata-se da Loja 4D, que consiste na transformação de uma loia de material de construção em quatro dias, com baixo investimento e garantia de maior rentabilidade. Tudo associado ao Melhor Mix de Produtos para se trabalhar. Em parceria com a Construsul, a revista Revenda e Candossim & Cabana Arquitetos Associados abriram uma oportunidade para que todas as indústrias associassem seus produtos com a maior e inédita ferramenta para ação no pequeno e médio varejo. Tivemos a parceria da Lexxa Bagno, Votorantim Cimentos, Hydra, CSM, Megatron, Precon/Tubozan, Chiva, Acquabios, Mahler e Gamma Ferramentas, que utilizaram o espaço para exibir seus produtos e disponibilizar representantes que destacaram as qualidades e utilização dos seus produtos. No dia 3 de agosto, Newton Guimarães, gestor de Inteligência de Mercado do Data MKT do Grupo Revenda, realizou uma palestra para empresários, varejistas e atacadistas do segmento da construção civil mostrando os números do mercado de material de construção brasileiro.





duto que chamou a atenção foi o Duto para Entulho, um sistema modular que utiliza da gravidade para o escoamento vertical de entulho para obras elevadas como prédios e sobrados.

#### VONDER

Os instrumentos de medição são fundamentais e, em muitos casos, indispensáveis para as mais diversas atividades profissionais que exigem um trabalho de precisão, auxiliando em pontos fundamentais no resultado de um trabalho, seja quanto ao tamanho, forma ou localização precisa de algum componente. A Vonder conta com uma das linhas de medição completa, com produtos que vão desde as tradicionais trenas curtas e longas, escalas e níveis, até os modernos medidores de distância a laser, termômetro infravermelho, multímetros, alicates amperímetros, entre outros, que se destacam pela alta tecnologia empregada. Entre os lançamentos está o Medidor de Distância a Laser VD 30 Vonder, que facilita as medições em ambientes internos, oferecendo alta precisão.

#### PENTAIR

Com visão de crescimento no mercado brasileiro e buscando maior aproximação com os consumidores, a Pentair na Construsul mostrou as novas tecnologias e produtos voltados para o tratamento, economia e qualidade na filtração de água. O destaque ficou para o Purificador Jarra com Eficiência Bacteriológica, que elimina até 99,9% das bactérias presentes na água. Já o Purificador Galão Automático é um produto com design diferenciado, que substitui o galão de água mineral e é adaptável a todos os bebedouros e suportes de água mineral.

#### BELFIX

Empresa paranaense, tradicional fabricante de ferramentas, reservou para a Construsul alguns lançamentos. Destaques para a dobradiça de

#### FEIRA CONSTRUSUL

aço zincado em diversos tamanhos, porta cadeado, gancho de parafusar para rede, trava para porta, tarjeta, puxados e ferrolhos Fio Chato e Fio Redondo. Também com destaque no estande estavam as ferramentas para Jardinagem, Manuais e Elétricas.

#### **BRASILUX**

O lançamento da empresa na feira foi a tinta Dito&Feito Econômica, de acabamento fosco, com alto poder de cobertura e pronta para uso. É indicada para aplicação interior e cobre com uma única demão. Disponível no sistema Brasimix em tons pastéis. A empresa possui alguns produtos exclusivos que têm se destacado no mercado, como Brasimais Supera, com até 700 m² por demão/lata. Também fabrica o porcelanato líquido Ecolux, que tem boa aceitação no mercado.

#### ZAGONEL

A Zagonel apresentou a linha Prima, torneira elétrica pensada para ser sinônimo de conforto e funcionalidade. Além disso, possui bica giratória, acionamento simplificado e não traz complicações na hora de trocar a resistência.

#### **PILLER**

A novidade apresentada pela Piller na Construsul foi o cadeado colorido de 20 mm. São oito opções de cores: vermelho, rosa, verde, azul, roxo, preto, branco e amarelo. É indicado para armários de academias e de colégios, malas de viagens e mochilas. Outra tendência notada pela empresa é a utilização dos cadeados pelas indústrias e condomínios para o trancamento de compartimentos, ao mesmo tempo que identifica e categoriza os equipamentos de segurança por meio das cores.

#### PORMADE

A Pormade apresentou sua linha de portas de alto padrão e com impres-



são HD pensando em um público que quer cada vez mais personalidade na decoração dos ambientes. A impressão HD é uma tendência mundial e permite personalizar o acabamento das folhas das portas.

#### **TEKBOND**

Mesmo com a recente divulgação da compra da empresa pela Saint-Gobain, a Tekbond ocupava uma boa área no pavilhão de exposições e apresentou sua linha completa de construção, composta por adesivos instantâneos, fitas adesivas, silicones e tintas aerossol. Destaque também para os adesivos anaeróbicos, cola branca PVA, cola madeira, cola vinil, cola de contato e anel de vedação.

#### GOODYEAR FERRAMENTAS

A empresa mostrou seu mix de produtos com destaque para as parafusadeiras sem fio para diversas utilidades e as furadeiras com impacto. Também chamou a atenção os produtos Hammer, também comercializados pela Goodyear Ferramentas. São produtos para vários segmentos, como bombas d'água, compressor de ar direto, esmerilhadeiras, serra circular-mármore, serra tico-tico, alicates em aço carbono, entre outros.

#### ILUMI

Além da completa linha de tomadas, interruptores, pinos e adaptadores e produtos de iluminação, a Ilumi mostrou na construção seu mais recente lançamento, a linha Modular Ilumi Lev, que utiliza os mesmos módulos da Slim, com placa e suporte juntos. Outros lançamentos são o Soquete Pop com rabicho, caixas de luz de embutir e o filtro de linha econômico com 5 tomadas.

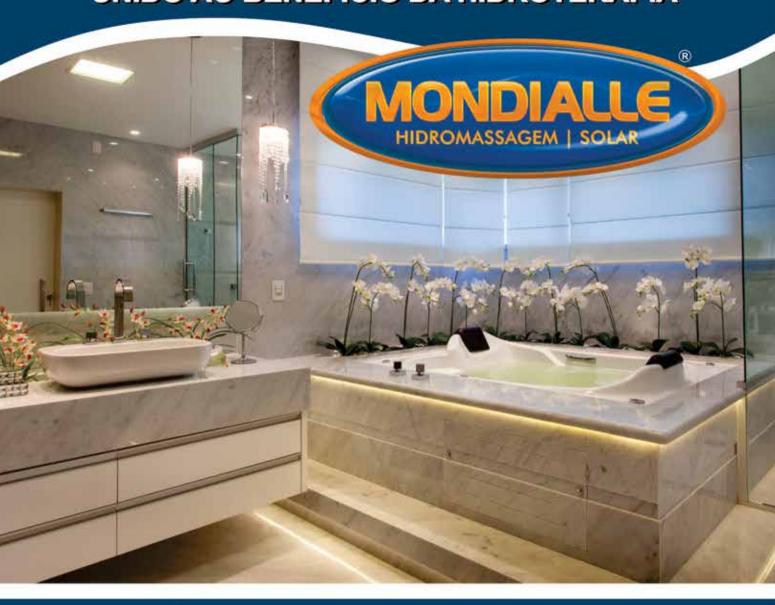
#### **ISDRALIT**

Com mais de 50 anos de história, a Isdralit foi a primeira empresa do Grupo Isdra. A empresa oferece soluções econômicas e flexíveis, fabricando telhas de fibrocimento, caixas e tanques d'água de polietileno e pisos laminados Isdrafloor. O produto de destaque no estande foi a telha ondulada de fibrocimento, que oferece rapidez na montagem, economia, resistência e durabilidade.

#### **MOLDIMPLAS**

Empresa catarinense que domina os vários processos envolvidos na fabricação de peças plásticas moldados por injeção, como nivela piso, espaçadores para piso e laje, ferramentas para assentamento de pisos e também fabrica impermeabilizante para laje com a marca Rebotec.

### O CONFORTO DA ÁGUA QUENTE UNIDO AO BENEFÍCIO DA HIDROTERAPIA



A Mondialle está participando da pesquisa de premiação do 21º Melhor Produto do Ano. Contamos com o seu voto!

Banheira Roma



INMETRO



Banheiras - Spa's - Aquecimento Solar - Louças Sanitárias Visite o nosso website e conheça toda a nossa linha

www.mondialle.com.br





#### **PABOVI**

Com mais de 800 itens em linha, a Pabovi destacou os produtos voltados para a Construção Civil e Jardinagem, como o eletroduto flexível corrugado nas cores vermelha e amarela, conjuntos com blister, carrinho de mangueira completo com acessórios e expositores para ponto de venda. Entre os lançamentos apresentados estavam as Pistolas Bicuda, Convencional, 7 Funções e de Metal.

#### SIZENANDO

Empresa de Santa Catarina fabrica janelas e portas de madeira maciça de angelim, eucalipto, cedro-arana. Em seu estande, destaque para os lançamentos das portas Dubai, Roma, Vegas, Paris e Lisboa, fabricadas com eucalipto e angelim, e a Viena, feita com eucalipto e capa de HDF ultra.

#### STEEL DESIGN

Entre os diversos itens como armários, kits e acessórios para banheiros, a Steel Design lançou a linha Steelo, feita 100% de metal e resistente à maresia. Os produtos, como toalheiro, saboneteira, porta-toalhas, entre outros, são produzidos em alumínio cromado, aço inox 430 e hastes em alumínio anodizado brilhante.

#### WD-40

Em seu estande interativo, o destaque foi para o tradicional WD-40 Multiuso, da famosa lata azul e amarela de 300 ml. Teve as embalagens de 100 ml, 500 ml (flextop) e embalagens a granel. Também mostrou a linha WD-40 Specialist, com a Graxa Branca de Lítio, e o mais recente lançamento, o Óleo 3-in-One, que lubrifica, limpa e penetra nas peças.

#### SALVABRAS

Oferece um produto específico para proteção de piso, que pode ser de lona, durante a obra. Entre suas atribuições, estão: Salva Pintura, proteção contra respingos nas pinturas internas e externas, e Salva Limpeza, proteção contra sobras de materiais básicos.

#### **BLOCK INSETOS**

Depois do sucesso na Feicon, a empresa investiu na Construsul e teve bons resultados com seu produto, a tela mosquiteira magnética. Produto único e patenteado, foi desenvolvido com base em soluções efetivas já adotadas em países como Alemanha, Austrália e China. O produto tem um sistema de fitas magnéticas que possibilitam sua fixação em diferentes tipos de superfície: alumínio, madeira, PVC, alvenaria ou ferro. Segundo Luane Moliterno, diretora da empresa, o produto já está presente em 20 estados e vem sendo exportado para o Uruguai.

#### ALLCOMP

Apresentou o novo lançamento da norte americana SpectraPrecision. O Laser QML800, marcador de layouts para grandes pavilhões e prédios. Com ele, é possível localizar todos os pontos de um projeto já existente. O sistema é composto por dois emissores laser e um tablet, que se comunicam através de uma rede sem fio. O software Quickmark Layout 2.0 permite que os arquivos de arquitetura possam ser carregados diretamente no tablet nas extensões CAD (.dxf e .dwg) ou arquivos CSV. O QML800 desenha duas linhas no chão, fazendo que elas se cruzem em formato de "X" em cima de cada ponto.

#### GRUPO CRISTOFOLETTI

Fabricante de pisos e revestimentos cerâmicos com tecnologia e design inovadores. Em seu estande, os visitantes puderam conhecer a grande variedade de peças para decoração das casas.

#### ALUMASA

Depois de um estudo detalhado, visando segurança e bem-estar de seus clientes, a Alumasa lançou a escada multiprofissional Comfort. O produto conta com alguns diferenciais, como carga nominal de 150 kg. A Alumasa desenvolveu um modelo genuinamente brasileiro, projetado para otimizar todos os tipos de trabalhos, até nas atividades mais simples do dia a dia.

## CONCORRENTE BOM É CONCORRENTE PERTO.

Versus Nexial é uma completa suite digital de monitoramento estratégico para que você possa acompanhar de forma prática e em tempo real cada passo de seus concorrentes. Versus Nexial empodera equipes comerciais e de marketing, estabelecendo um processo sistemático e contínuo de avaliação dos produtos, serviços, preços, comunicação e estratégias de trabalho das organizações que concorrem no seu mercado, com a finalidade de comparar desempenhos e identificar oportunidades de melhoria na sua empresa.

- · Monitore a movimentação nos websites
- · Acompanhe a publicação de notícias relevantes
- · Fique atento aos comunicados à imprensa
- · Mantenha-se ligado nas mídias sociais
- · Fique de olho na opinião dos consumidores
- · Monitore as políticas de preço
- · Registre as ações off line
- · Configure seu painel de monitoramento e altere quando quiser
- · Conte com múltiplos usuários para um monitoramento completo



cada passo do seu concorrente, logo ali na tela do seu computador ou smartphone.





# Ofereça qualidade e segurança nos produtos que você comercializa. Afinal, com água não se brinca.

- Homologados pelo INMETRO;
- Atendem as especificações da Norma NBR 16098:2012;
- Produtos com rigorosos controles de qualidade;
- No mercado brasileiro há 23 anos oferecendo soluções em filtros e purificadores de água.



Filtros Blister





Filtros para Caixa D'água/ Cavalete

#### Certificação Falcão Bauer











#### ATLAS

A Atlas apresentou as desempenadeiras de PU. Produto muito usado no mercado europeu, elas diferem das desempenadeiras de madeira e termoplástico, superando as deficiências delas, tais como peso e a facilidade com que se degradam e quebram. Os maiores benefícios das desempenadeiras de PU são a leveza, forte resistência a quedas, resistência à abrasão, não mofa (no caso das desempenadeiras de madeira), com maior desempenho do que as desempenadeiras de PS e plástico reforçado com fibra de vidro. Mais uma novidade é a linha para nivelar piso, que contém alicate, cunha e niveladores com 6 tamanhos: 1,5 mm, 1 mm, 2 mm, 3 mm, 4 mm e 5 mm. A embalagem do alicate terá 5 peças, da cunha, 80, e os niveladores 75.

#### BERWANGER

Fabricante, importador e distribuidor de abrasivos, destacou as rodas PG nos diversos tamanhos, grãos e furos, da M14 com rosca e toda a linha de minirrodas, além dos discos de corte e desbaste, brocas, discos diamantados e flaps.

#### CORTAG

Os destaques na feira foram os cortadores profissionais New Master 75 e 90, que são indicados para cortar pisos cerâmicos e porcelanatos com até 12 mm de espessura. Possuem corte e separação na própria base, guias em aço niquelado, carro-guia e barra de encosto em alumínio injetado, rodel cortante com haste em aço carbono zincado e disco de carboneto de tungstênio. Além de base e suporte das guias em chapa de aço carbono, barra de encosto em alumínio injetado proporcionando alta resistência e durabilidade, bandejas em chapa de aço niquelada e sistema de posicionamento e trava do separador.

#### STECK

Para este ano, a marca aposta nos lançamentos da linha residencial Sophie, que traz uma gama de cores diferenciadas;



linha Asgard de disjuntores em caixa moldada; linha Safe - bloqueios de segurança; Tomadas Múltiplas Industriais Newkon e Shock Tite, DPS com cartucho e Contatores Challenger SK1. Em 2017, a Steck trouxe para o evento inovações que culminam na criação de um portfólio de produtos e serviços de alta tecnologia, durabilidade e resistência, oferecendo soluções que atendem às necessidades dos mercados nacional e internacional. Segundo o presidente da empresa, Luis Valente, o evento traz uma exposição significativamente importante, como a aproximação da marca com consumidores e clientes ligados ao mercado da construção civil em geral. "A Construsul é a principal exposição de nossos lançamentos para o público da região Sul. Além disso, durante o evento, reforçamos o relacionamento com os clientes que nos visitam, além de firmar contato com possíveis novos parceiros", declara Valente.

#### **TASCHIBRA**

A Taschibra apresentou na Construsul os lançamentos deste ano. O mix conta com produtos modernos e de qualidade, alinhados com o mercado internacional de iluminação. Entre as novidades, está a coleção de lu-

minárias desenvolvidas com vidros artesanais produzidos pela Glax Vetreria, empresa adquirida pelo Grupo Taschibra. As peças utilizam formas e cores variadas para mostrar a exuberância dos vidros feitos com a fabricação italiana de sopro. No último ano, a Taschibra anunciou também a aquisição da Blumenox Iluminação.

#### MONTANA

Neste ano o estande da Montana contou com painéis de cinco metros de altura e uma área de 50 metros quadrados para a exposição dos produtos e circulação dos visitantes. "É a primeira vez que apresentamos um estande dessa proporção, é um recorde nas participações da Montana neste tipo de evento. Ele foi pensado estrategicamente para refletir a qualidade dos produtos, mas admito que, caso o pavilhão permitisse, ergueríamos um estande com seis metros de altura. Isso tudo para fazer alusão ao alto desempenho dos nossos lançamentos, que vêm com inéditos seis anos de garantia do fabricante", comenta Michel Sentinelo, gerente de Marketing da Montana.

Na parte frontal do estande foi exibida a linha completa do stain Osmocolor, uma referência de qualidade



no mercado. Em uma das laterais de menor trânsito, o espaço ficou reservado para treinamentos e demonstrações de produtos. Na lateral interna oposta, de maior circulação, os visitantes tiveram uma inédita experiência de imersão na linha completa dos novos acabamentos Montana.

#### STAM

A Stam expandiu seu mix de produtos e lançou um novo sistema para portas de correr de madeira que foi um dos destaques do estande. O kit Smart é produzido em aço inox 304, que garante maior resistência e durabilidade. O produto possui trilho retangular em perfil 30×10×1,00 m, roldanas delicadas com 58 mm e guia em nylon que dispensa o uso do trilho U em alumínio, eliminando o ruído comum em sistemas de outras marcas, agregando tecnologia, qualidade e sofisticação.

#### NORTON

A Norton destacou a ATR232L, a nova versão do modelo TR231GL, da linha de máquinas Clipper, que está chegando ao mercado e foi lançada na Construsul. Desenvolvida para ser utilizada nas operações de corte de pisos cerâmicos, azulejos e porcelanatos, a TR232L é uma máquina de corte preciso e rápido para aplicação em cortes refrigerados. A nova TR232L vem com trilho de corte com maior robustez, que proporciona controle no corte; sistema de rolamento para facilitar o alinhamento do cabeçote de corte; rodas em formato de "V" para maior estabilidade, movimentos suaves e nova identidade visual.

#### CARBORUNDUM

As pedras de afiar Carborundum para alta gastronomia foram a atração da marca. Desenvolvidas em quatro granulometrias, elas foram desenhadas para afiar, reparar pequenos defeitos e polir o fio das facas. A pedra com grãos entre 120 e 320 é dupla-face, o lado 120 repara pequenos defeitos e o 320 refaz o fio das lâminas. Outro produto em destaque foi o CAR 100, a nova lixa voltada para uso geral na construção civil.

#### STARRETT

Na feira, a empresa apresentou o novo medidor a laser LMS30, com características únicas no mercado. Item obrigatório para profissionais modernos e que vivem na correria do dia a dia, seja no planejamento de obras ou executando operações que exigem precisão e confiabilidade nas medições, o medidor a laser é essencial na construção civil. Diferentemente dos demais medidores da categoria, o LMS30 não faz apenas medições simples. O equipamento possui medições contínua, de área, de volume e pode ser configurado em metros, polegadas e pés, além de ter proteção IP54 contra pó e poeira. Ideal para o planejamento da obra, orçamentos de pintura, revestimento e instalações em geral, é um produto compacto e de fácil manuseio. A empresa ainda destacou em seu estande outros produtos de sua linha, como os discos flap, os arcos para gesso, PVC e de ponta, as Serras Copo Fast e Deep e o nível trapezoidal."A Construsul é uma das feiras mais importantes do segmento, por isso estamos otimistas em ter a oportunidade de estreitar relacionamento com clientes, parceiros e, sobretudo, com o mercado", ressalta o gestor de produtos, Antônio Alberto D'Angelo.

#### TINTAS KILLING

A Tintas Killing levou à Construsul cinco novos produtos. A principal inovação está no Esmalte Equilibrium – Sintético Base Água, uma inovadora tecnologia renovável que une as qualidades do esmalte sintético e do esmalte base água em um só produto. Já a Kisatech Tinta Impermeabilizante pinta e impermeabiliza com apenas três demãos, garantindo a eficácia da manta líquida com o acabamento liso e em cores da tinta acrílica, se tornando o sistema de impermeabilização mais econômico do mercado.

#### **MINIPA**

A Minipa mostrou uma linha completa de multímetros, alicates digitais e ferramentas elétricas de medição. A empresa é o primeiro fabricante nacional de instrumentos de medição eletroeletrônicos a possuir um Laboratório de Calibração acreditado à Rede Brasileira de Calibração - RBC/ Inmetro desde maio de 2005. Tem laboratórios próprios nas áreas de dimensional, pressão, temperatura, elétrica e eletroacústica. Realiza calibrações em paquímetros, micrômetros, manômetros e vacuômetros, todos em conformidade com a norma ISO/ IEC 17025:2005.

#### WEIKU

A Weiku do Brasil apresentou a linha de portas de correr Max Slider e a nova linha de vidros dinâmicos Switchglass, A Max Slider traz a combinação de eficiência termoacústica e design para grandes vãos, já que esta linha atende vãos com até 4,50 m de altura. Já a linha de vidros dinâmicos Switchglass traz um sistema de envidraçamento que utiliza a tecnologia de cristais líquidos, na qual, através de apenas um clique do botão, é formada uma cortina para o controle da privacidade do ambiente, sendo perfeita para residências, edifícios, hotéis, hospitais ou demais ambientes onde se deseja ter o controle total da privacidade e também seu estado branco, em que o filme de cristal líquido se torna uma opção para projeções.

#### **TELHA VOGEL**

A empresa de Bom Princípio/RS aposta nas telhas Portuguesa e Americana oferecidas em diversas cores. Utilizando o processo de biqueima, que confere mais resistência, durabilidade e brilho, a telha vitrificada tem proteção prolongada. Também oferece a opção de telha revestida em ambas as faces, para melhor acabamento do telhado.

#### DAGOBERTO BARCELLOS

Fabricante de cal, calcário e argamassa, a centenária empresa gaúcha é uma das pioneiras na produção de cal para construção e calcário agrícola. Localizada em Caçapava do Sul, a DB tem três fábricas com capacidade de produção de mais de 1 milhão de toneladas/ano de calcário, além de uma moderna fábrica de cal para a construção civil com capacidade de produção anual de 160 mil toneladas.

#### **GRUPO FRAGNANI**

O Grupo Fragnani, representado pelas marcas Incefra e In Out Porcelanatos,

apresentou suas novidades na Construsul. Entre os destaques estavam revestimentos que fazem uma releitura da arte brasileira e, também, de materiais que compõem a natureza, como madeira, mármore, ladrilhos hidráulicos, tijolo e pedras, em diversos tamanhos e estilos. Os modelos contam com a tecnologia HD, com a qual as peças são impressas em alta definição, podendo ter variações de faces e, ao mesmo tempo, formar desenhos.

#### **LOUÇAS PETTRA**

Um dos destaques da Louças Pettra é a Bacia com Caixa Acoplada Lótus, que possui design moderno e compacto. Tem descarga ciclone superpotente de 3/6 litros. Conta com jato extra para melhor fluxo d'água e descarga silenciosa, além de assento com amortecimento. Não tem sifão ou parafusos de fixação aparentes.









# FATURAMENTO das indústrias cai 7,1%

s números da indústria de materiais de construção apresentaram queda acentuada neste primeiro semestre de 2017. Segundo o Índice ABRAMAT – Associação Brasileira das Indústrias de Materiais de Construção –, os primeiros seis meses do ano mostram decrescimento de 7,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. O mês de junho também apresentou redução de 5,4% do faturamento das vendas dos materiais de construção em relação ao mesmo mês de 2016. O emprego na indústria de materiais de construção também apresentou redução nos números. Somente no mês de junho, houve baixa de 5,5% em relação a junho do ano passado. Já no acumulado do ano, houve queda de 6,5%.

Para Walter Cover, presidente da ABRAMAT, o primeiro semestre apresentou queda superior ao que a entidade havia previsto no início de 2017, levando a um cenário de incertezas quanto à recuperação do setor, principalmente por conta de fatores negativos na economia e na política. "Não será possível recuperar vendas no restante do ano a ponto de neutralizar a queda do primeiro semestre. A previsão para o ano de 2017 foi modificada para uma redução de 5% no faturamento real

da indústria de materiais", destaca Walter. No varejo, o mercado deve apresentar um aumento de vendas da ordem de 3 a 4%, mas o segmento das construtoras deverá ter uma queda de 13 a 14%. "As vendas ainda são impactadas negativamente pelo alto desemprego, receio de perder o emprego e crédito dificultando as famílias e as empresas. As obras de infraestrutura continuam num ritmo muito lento, e as decisões de investimento na casa própria e em edificações comerciais são afetadas pela incerteza na economia, agravada pela crise política", ressalta o presidente da ABRAMAT. Materiais - o Índice da ABRAMAT ainda revela que os materiais de base e acabamento seguem em queda, por conta de fatores negativos da economia e política nacional. Em relação ao mesmo mês do ano anterior, os resultados apresentaram queda de 4,8% para materiais de base e 6,2% para acabamento. Já no acumulado do primeiro semestre deste ano, as quedas foram de 7,6% (base) e 6,3% (acabamento).

#### **EXPECTATIVAS CONTINUAM BAIXAS**

Segundo o Termômetro da ABRAMAT, a expectativa de desempenho para o mês de agosto teve ligeiro aumento, tanto para o mercado interno como externo. Já em relação à expectativa sobre ações do governo federal para o desenvolvimento do setor, o Termômetro mostra que o otimismo do empresariado permanece baixo. No mercado interno, a sondagem realizada em julho indicou que 39,1% das empresas consideram bom desempenho em agosto, ante 26,1% em julho. Já 13,1% consideram o desempenho ruim, ante 21,7% no mês anterior. Já para o mercado externo, a sondagem realizada em julho entre as associadas da ABRAMAT indicou que 37,5% consideram bom desempenho em agosto, contra 31,2% em julho.

Outros 56,2% consideram o desempenho regular para o mês de agosto. "A expectativa sobre vendas continua baixa para o próximo mês, embora apontando para uma melhora tanto no mercado interno como no externo. O segmento do varejo está com melhor perspectiva, porém o segmento de mercado das construtoras deve continuar com resultados negativos, enquanto perdurar a situação econômica recessiva", revela Walter Cover, presidente da ABRAMAT.

**Ações do governo** – no mês de julho, a sondagem entre as indústrias de material de construção indica que apenas 9% das empresas estão otimistas sobre as ações do governo para o setor da construção civil nos próximos 12 meses. No mês anterior (junho), 9% das empresas também estavam otimistas. "Os dados refletem a preocupação por parte do empresariado sobre a situação política e econômica", destaca Cover.





### CONCRETE SHOW SOUTH AMERICA

Feira Internacional da Construção Pesada De 23 a 25 de agosto Local: São Paulo Expo – São Paulo/SP www.concreteshow.com.br

#### **FITABES**

Feira Internacional de Tecnologias de Saneamento Ambiental De o2 a o6 de outubro Local: São Paulo Expo – São Paulo/SP http://www.aesabesp.org.br

#### ABRAFATI 2017

15º Congresso Internacional de Tintas - 15ª Exposição Internacional de Fornecedores para Tintas De 03 a 05 de outubro Local: São Paulo Expo – São Paulo/SP www.abrafati.com.br

#### INTERCON 2017

Feira, Congresso e Rodada de Negócios De 18 a 21 de outubro Local: Expoville - Joinville/SC www.feiraintercon.com.br

#### 2018

#### EXPOREVESTIR

A Fashion Week da
Arquitetura e Construção
De 06 a 09 de março de 2018
Local: Transamérica Expo
Center - São Paulo/SP
www.exporevestir.com.br

#### FEICON BATIMAT

25º Salão Internacional da Construção e Arquitetura De 10 a 13 de abril de 2018 Local: São Paulo Expo – São Paulo/SP www.feicon.com.br

#### CONGRESSO ABRAFATI

Um dos principais encontros científicos do setor de tintas no mundo, o Congresso da ABRAFATI atrai um público de nível elevado vindo do Brasil e do exterior. A ampla programação envolve 90 palestras ao longo de três dias e mais algumas dezenas de trabalhos na Sessão Pôster, além do seminário especializado em cura por radiação, promovido em conjunto com a RadTech South America. O foco desta edição são as formas de agregar valor às tintas, o que envolve apresentações de ideias e soluções para questões ligadas a matérias-primas, processos de produção, serviços ao cliente, reaproveitamento de resíduos, ciclo de vida de produtos e diversas outras oportunidades de melhorias. O evento é parte da ABRAFATI 2017, que será realizada paralelamente à Exposição de Fornecedores para Tintas, de 03 a 05 de outubro, no São Paulo Expo.

# Scotch FIXA FORTE

# Fita Dupla face de verdade é da 3M.

Mais giro e rentabilidade para sua loja

Scotch FORTE FIXA FORTE F

Top of Mind 2016-2017



